

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH DAN MARGIN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN GRIYA PADA BANK
SYARIAH MANDIRI KCP TELUK BETUNG BANDAR LAMPUNG**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

OKTA RIZKA

NPM : 1351020195

Jurusan : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Asriani, SH, MH

Pembimbing II : Muhammad Kurniawan, M.E.Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG**

1438 H / 2017 M

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH DAN MARGIN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN GRIYA PADA BANK
SYARIAH KCP TELUK BETUNG BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**



Pembimbing I : Dr. Asriani, SH, MH
Pembimbing II : Muhammad Kurniawan, M.E.Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN INTAN
LAMPUNG
1439 H/2018 M**

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang menyelenggarakan pembiayaan Griya untuk masyarakat bawah, menengah dan kalangan atas. Dalam memilih pembiayaan ada dasar yang menjadi sebab nasabah memilih pembiayaan seperti motivasi, promosi, maupun persepsi. Persepsi merupakan suatu proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-pengalaman yang ada dan menafsirkannya untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti. Penetapan keuntungan margin yang masih belum dipahami secara penuh, baik oleh nasabah menjadi masalah yang krusial yang terdapat di Lembaga Keuangan Syariah masih terdapat anggapan dari nasabah bahwa margin yang ditetapkan sama dengan bunga di Bank konvensional. Padahal jika dilihat lebih lanjut berbeda, karena margin ditetapkan berdasarkan kemampuan nasabah serta bebas biaya penalty ketika terlambat dalam membayar angsuran seperti di Bank Konvensional.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin terhadap Keputusan Pembiayaan Griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung? 2) Bagaimana Persepsi Nasabah pada Pembiayaan Griya dalam Ekonomi Islam?. Tujuan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan yaitu, Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan kuesioner, dan data sekunder diperoleh dari dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan uji hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F. Pengumpulan data yang terkumpul di analisis menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 16.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel persepsi dan margin secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $13,672 > 3,252$ Sedangkan berdasarkan uji parsial variabel persepsi nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,969 < 2,026$ dengan nilai signifikansi $0,339 < 0,05$. Sedangkan variabel margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya. hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,447 > 2,026$ dengan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Hasil pengujian ini menghasilkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,425 hal tersebut berarti 42,5% variabel keputusan pengambilan pembiayaan griya dipengaruhi variabel persepsi nasabah dan margin sedangkan sisanya 57,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Persepsi Nasabah, Margin, Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya*



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Let Kol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Tlp. (0721) 703531 Fax.
780422*

PERSETUJUAN

**Judul skripsi : Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap
Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya Pada Bank
Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.**

**Nama Mahasiswa : Okta Rizka
NPM : 1351020195
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam**

MENYETUJUI

**Untuk dimunaqasyah dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah
Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Asriani, S.H., M.H
NIP. 19660506199203 2 001**

**Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy
NIP. 19860517201503 1 005**

**Mengetahui
Ketua Jurusan PS**

**Ahmad Habibi, S.E., M.E.
NIP. 19790514 200312 1 003**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let Kol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Tlp. (0721) 703531 Fax. 780422

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul: **PENGARUH PERSEPSI NASABAH DAN MARGIN TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN GRIYA PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP TELUK BETUNG BANDAR LAMPUNG**, oleh: **OKTA RIZKA**, NPM: **1351020195**, Jurusan **Perbankan Syariah**, Telah Diujikan Dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Hari/Tanggal: Kamis/ 28 Desember 2017.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua	: Hanif, S.E., M.M	(.....)
Sekretaris	: Ulul Azmi Mustofa, M.S.I	(.....)
Penguji 1	: Any Eliza, M.Ak	(.....)
Penguji II	: Dr.Asriani, S.H., M.H	(.....)

Bandar Lampung, 30 Januari 2018
Dekan

Dr. Moh. Bahrudin. M.A
NIP. 195808241989031003

MOTTO

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Artinya :“ Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (Q.S Al- Nahl:90)



SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Okta Rizka
NPM : 1351020195
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Bandar Lampung, 25 Oktober 2017

Penyusun

Okta Rizka

1351020195

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi ini kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan segala kenikmatan, kemudahan dan bisa membuat aku bertahan sampai sekarang.
2. Kedua orangtua ku tercinta Ayahanda Dul Hadi dan Ibunda Rohmani, yang telah membesarkan, mendidik, mendukung, menyemangati, hingga kini senantiasa mendo'akan dan menanti keberhasilanku.
3. Ke Enam kakak ku Alpiana, Dainawi, Tri Noviar, Romia Hadi , Pia Yulita dan Hasrona,serta saudara Kembarku Okta Rizki yang selalu memotivasiku dan menantikan keberhasilanku.
4. Teman-teman seperjuangan Desti Elia Citra, Hauli Futiya Afwa, Siti Nuriah, Khusnul Alfiana, dan seluruh teman Perbankan Syariah kelas B angkatan 2013 serta teman- teman yang lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
5. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah mendewasakanku dalam berpikir, berbuat dan bertindak.

RIWAYAT HIDUP

Okta Rizka di lahirkan di Desa Gisting, Kecamatan Gisting, Kabupaten Tanggamus pada tanggal 07 Oktober 1995 anak Kedelapan dari delapan bersaudara. Dari pasangan Bapak Dul Hadi dan Ibu Rohmani.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 1Kedaloman pada tahun 2007, kemudian melanjutkan di Mts Negeri Model 1 Talang Padangdan tamat pada tahun 2010, kemudian melanjutkan di SMA Negeri 1Talang Padangdan tamat pada tahun 2013, Pada tahun 2013 penulis melanjutkan studi di UIN Raden Intan Lampung pada Fakultas Syariah Jurusan Perbankan Syariah yang telah beralih Fakultas menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada tahun 2015, dan lulus pada hari Kamis tanggal 28 Desember 2017 dalam sidang Munaqasyah jurusan Perbankan Syariah angkatan pertama.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hinayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung”.

Shalawat teriring salam semoga senantiasa di limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan menuju alam terang benderang yaitu agama Islam.

Penulis menyadari bahwa sebagai manusia biasa penulis tidak terlepas dari kesalahan dan keterbatasan, kenyataan ini menyadarkan penulis bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak niscaya skripsi ini tidak akan terselesaikan. Oleh sebab itu melalui skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Moh Bahrudin, M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu Dr. Asriani, S.H., M.H. selaku pembimbing satu, dan Bapak Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy. selaku pembimbing dua, yang telah

banyak meluangkan waktu dan fikiran dalam membimbing dan mengarahkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Bapak dan Ibu dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis, semoga ilmu yang diberikan dapat penulis amalkan.
5. Bapak Eko Prasetyo selaku *Manajer Operasional* Bank Mandiri Syariah KCP Teluk Betung Bandar Lampung, yang telah memberikan izinnya dalam penelitian dan memberikan data-data yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ayah dan ibu ku tercinta, kakak-kakak ku, teman-teman ku, serta semua pihak yang telah membantu penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini Amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca. Dan penulis mohon maaf atas kekurangan dan kepada Allah SWT penulis mohon Ampun.

Bandar Lampung, 12 November 2017

Penulis

Okta Rizka
NPM: 1351020195

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul.....	2
C. Latar Belakang Masalah	3
D. Rumusan Masalah	7
E. Batasan Masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian.....	7
G. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Persepsi Nasabah	9
1. Pengertian Persepsi.....	9
2. Proses Terbentuknya Persepsi.....	11
3. Faktor yang mempengaruhi Persepsi	13
4. Hubungan Persepsi nasabah dengan keputusan pengambilan pembiayaan	16
5. Persepsi dalam Islam	16

B. Margin	20
1. Pengertian Margin	20
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi margin	22
3. Indikator dalam penentuan Margin.....	24
4. Metode-metode penentuan profit margin pembiayaan	25
5. Hubungan margin dengan keputusan pengambilan pembiayaan.....	26
C. Keputusan Pengambilan Pembiayaan	27
1. Pembiayaan	27
2. Jenis-jenis Pembiayaan	28
3. Pembiayaan Griya (PPR)	30
a. Pengertian pembiayaan pemilikan rumah (PPR)	30
b. Manfaat dan tujuan PPR.....	31
c. Rukun dan Syarat PPR.....	32
4. Pengertian Murabahah	36
a. Jenis murabahah.....	38
b. Landasan syariah dan fatwa murabahah.....	39
6. Keputusan pengambilan pembiayaan	41
a. Pengertian pengambilan keputusan pembiayaan	41
b. Tahap-tahap proses pengambilan keputusan.....	42
D. Penelitian terdahulu	44
E. Kerangka Pemikiran	48
F. Hipotesis Penelitian	49
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian	50
B. Pendekatan penelitian	50
C. Sumber Data	51
D. Tehnik pengumpulan data.....	52
a. Wawancara (Interview).....	52
b. Metode Kuesioner (angket).....	52
c. Dokumentasi.....	53

E. Populasi dan sampel	53
a. Populasi.....	53
b. Sampel	54
F. Definisi Operasional.....	55
G. Skala Pengukuran.....	57
H. Analisis Data	59
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
a. Uji Validitas	60
b. Uji Reliabilitas	60
2. Uji Asumsi Klasik.....	61
3. Alat Uji Hipotesis	64
a. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	65
b. Uji Signifikansi Parameter (Uji T)	65
c. Koefisien Determinasi	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	67
1. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri.....	67
2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	69
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri	71
4. Jenis Usaha Bank Mandiri Syariah	72
5. Karakteristik Responden	83
a. Jenis kelamin	83
b. Usia Responden	84
c. Pekerjaan Responden.....	85
d. Penghasilan Responden	85
B. Analisis Data	86
a. Gambaran Distribusi Jawaban Responden	86
b. Uji Validitas dan Reliabilitas	89
1) Uji Validitas	89
2) Uji Reliabilitas.....	92

c. Uji Asumsi Klasik.....	93
1) Uji Normalitas.....	93
2) Uji Multikolinieritas.....	93
3) Uji Autokorelasi.....	94
4) Uji Heterokedasitasa.....	95
d. Alat Uji Hipotesis.....	97
1) Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	96
2) Hipotesis	98
1. Uji F (Simultan).....	98
2. Uji t (Parsial)	99
3. Uji Koefisien Determinasi	101
C. Pembahasan	102
1. Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Pembiayaan Griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung ...	103
2. Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin pada Pembiayaan Griya dalam Ekonomi Islam	107
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	113
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan Konsumer 2014-2016 pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian	55
Tabel 3.2 Skala Likert	57
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan	85
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Nasabah	86
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Margin	87
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya	88
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel X_1	90
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel X_2	90
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Y	91
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	92
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov	93
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	93
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	94
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Berganda	96
Tabel 4.17 Hasil Uji F	99
Tabel 4.18 Hasil Uji t	100
Tabel 4.19 Hasil Uji Determinasi	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alur <i>murabahah</i> Tanpa Pesanan	39
Gambar 1.2 Alur <i>murabahah</i> dengan Pesanan	40
Gambar 1.3 Tahap-tahap proses pembelian	43



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Kartu Konsultasi
2. Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
3. Lampiran 3 : Data Responden Pada Kuesioner
4. Lampiran 4 : Jawaban Responden
5. Lampiran 5 : Hasil Pengolahan Data SPSS
6. Lampiran 6 : Surat Balasan Pra Riset
7. Lampiran 7 : Surat Balasan Riset
8. Lampiran 8 : Surat Keterangan Magang
9. Lampiran 9 : Tabel r tabel
10. Lampiran 10 : Tabel t tabel
11. Lampiran 11 : Tabel F Tabel



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada kerangka awal guna mendapat gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami judul skripsi ini maka perlu adanya penjelasan terhadap beberapa istilah yang terdapat dari judul skripsi ini. Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalah pahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Adapun judul proposal skripsi ini yaitu “ **Pengaruh Persepsi Nasabah Dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung**” Maka terlebih dahulu ditegaskan hal – hal yang terkandung dalam judul tersebut:

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹

Persepsi adalah suatu proses bagaimana konsumen memandang suatu masalah (pokok) yang dilihat dari segi feature, advantage, dan benefite.²

Nasabah adalah orang yang biasa menjadi pelanggan atau konsumen Bank (dalam hal keuangan).³

¹Uswatun K, *Kamus Bahasa Lengkap Indonesia*, Cetakan Pertama , (Jakarta: Kawah Media, 2014), h. 508.

² Maharani Vinci, *Manajemen Bisnis Eceran*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), h. 40.

Margin adalah penambahan harga di atas harga beli bank (cost price) dari pemasoknya.⁴

Keputusan Pengambilan adalah sebagai melakukan penilaian dan menjatuhkan pilihan.⁵

Pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.⁶

Griya adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, dilingkungan *developer* dengan sistem murabahah.⁷

B. Alasan Memilih Judul

Dalam penulisan skripsi ini penulis memiliki beberapa alasan tertentu yang mendorong penulis untuk mengkaji masalah ini. Adapun alasan tersebut antara lain adalah :

1. Secara Objektif

Secara objektif peneliti melakukan penelitian ini karena persepsi dari setiap nasabah mengenai pembiayaan Griya berbeda terhadap hasil keputusan yang diambil dan tingkat pemahaman nasabah mengenai margin menjadi tolak ukur nasabah dalam memutuskan mengambil

³Supriyono Maryanto, *Buku Pinter Perbankan*, (Yogyakarta, CV.Andi Offset, 2011), h.45.

⁴ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek-aspek Hukumnya*, Cetakan pertama (Jakarta: Kencana,2014), h. 137.

⁵Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial*, Cetakan Pertama (Yogyakarta:Center for Academic Publishing Service, 2013), h.13.

⁶ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), h. 17.

⁷ [https:// www.syariahamandiri.co.id /pembiayaan Griya BSM](https://www.syariahamandiri.co.id/pembiayaan-Griya-BSM), 20 April 2017.

pembiayaan griya tersebut. Jika tingkat margin yang ditetapkan pihak Bank sesuai dengan kemampuan nasabah maka akan mendorong nasabah mengambil keputusan untuk mengajukan Pembiayaan.

2. Secara Subyektif

- a. Judul tersebut menarik untuk diteliti, terlebih judul tersebut berkaitan dengan jurusan penulis yaitu Perbankan Syariah.
- b. Ketersediaan data atau informasi yang penulis butuhkan terkait judul yang akan diteliti, baik data sekunder dan data primer memiliki kemudahan akses serta akses letak objek penelitian mudah dijangkau.
- c. Selanjutnya penulis ingin mengetahui Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.

C. Latar belakang

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat. Pemerintah mengeluarkan UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan Syariah, yang menjadi tonggak awal beroperasinya bank Syariah di Indonesia.⁸ Masyarakat mulai mengenal dengan apa yang disebut Bank Syariah, yang diawali dengan berdirinya Bank Muamalat indonesia (BMI). BMI merupakan pelopor berdirinya perbankan yang berlandaskan sistem syariah di Indonesia. Kini bank syariah yang tadinya

⁸ Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008), h.120.

diragukan akan sistem operasionalnya telah menunjukan kemajuan, sehingga perbankan dengan prinsip syariah ini menjadi salah satu alternatif sumber pembiayaan bagi nasabah yang akan mengajukan pembiayaan.

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah. Dalam menjalankan usahanya bank syariah menggunakan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan maupun dalam produk lainnya.⁹

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang menyelenggarakan pembiayaan Griya untuk masyarakat bawah, menengah dan kalangan atas. Secara umum, fungsi Lembaga Keuangan Syariah adalah menghimpun dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan. Dimana dalam menyalurkan pembiayaan bank syariah berdasarkan prinsip syariah, begitu pula dalam melakukan kegiatan usaha lainnya wajib menempuh cara-cara yang tidak merugikan bank dan nasabah yang mempercayakan dananya.¹⁰ Oleh karena itu, bank syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan yang beroperasi menggunakan prinsip-prinsip Islam memberikan solusi dengan adanya produk

⁹ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. v.

¹⁰ Sutan Remy Syahdeni, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafia, 2005), h.174-175.

Pembiayaan Griya yang bertujuan untuk memberikan kemudahan nasabah untuk memiliki rumah idaman sesuai dengan Prinsip Syariah. Pembiayaan Griya ini menggunakan akad murabahah yaitu akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.¹¹

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan Konsumer 2014-2016 pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung

Tahun	Jenis Pembiayaan				
	Bsm Griya	Cicil emas	Pembiayaan Oto	Pembiayaan Pensiunan	Pembiayaan implan
2014	45	27	30	50	39
2015	58	46	25	37	50
2016	65	33	45	63	45

Sumber: PT. Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung

Berdasarkan Tabel diatas jumlah Nasabah pembiayaan Griya mengalami kenaikan. Pembiayaan Griya merupakan salah satu produk pembiayaan yang cukup digemari di BSM dimana pembiayaan ini bersifat fleksibel, dan mudah serta bebas biaya penalty.

Dalam memilih pembiayaan ada dasar yang menjadi sebab nasabah memilih pembiayaan seperti motivasi, promosi, maupun persepsi. Persepsi merupakan suatu proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-

¹¹ Sutan Remy Sjahdeini, *Op.cit*, h. 193.

pengalaman yang ada dan menafsirkannya untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti. Persepsi nasabah ini merupakan tanggapan terhadap suatu hal yang di tawarkan oleh BSM, yang nantinya akan menjadi dasar keputusan pengambilan mengajukan pembiayaan.¹²

Penentuan margin juga menjadi salah satu hal yang menjadi perhatian nasabah. Margin adalah keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak atas pembelian suatu barang atau jual beli. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alima dan Ainul menyatakan bahwa keuntungan margin merupakan profit yang diperoleh pihak lembaga keuangan syariah dari hasil transaksi yang berlangsung sesuai dengan prinsip syariah.

Penetapan keuntungan margin yang masih belum dipahami secara penuh, baik oleh nasabah menjadi masalah yang krusial yang terdapat di Lembaga Keuangan Syariah masih terdapat anggapan dari nasabah bahwa margin yang ditetapkan sama dengan bunga di Bank konvensional. Padahal jika dilihat lebih lanjut berbeda, karena margin ditetapkan berdasarkan kemampuan nasabah serta bebas biaya penalty ketika terlambat dalam membayar angsuran seperti di Bank Konvensional.¹³

Dari pemaparan diatas maka dalam kesempatan ini, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana Pengaruh Persepsi dan Margin terhadap Keputusan pengambilan Pembiayaan Griya pada Bank

¹² Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 174.

¹³ Wawancara dengan Marketing Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung, pada tanggal 13 April 2017.

Syariah. Sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul “**Pengaruh Persepsi Nasabah Dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung**”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka perlu dirumuskan permasalahan yang akan dibahas nanti. Adapun yang akan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung?
2. Bagaimana Persepsi Nasabah pada Pembiayaan Griya dalam Ekonomi Islam?

E. Batasan Masalah

Dalam penelitian perlu dibatasi ruang lingkup penelitian agar tidak terjadi penyimpangan sasaran. Maka penelitian ini dibatasi pada pembahasan tentang pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.

F. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.

2. Mengetahui Bagaimana Persepsi Nasabah pada Pembiayaan Griya dalam Ekonomi Islam?

G. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Secara Teoritis
 - a. Memberikan penjelasan yang lengkap mengenai pengaruh antara variabel Persepsi Nasabah dan Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut, penelitian ini dapat menambah pengetahuan, dan referensi lain bagi mahasiswa yang membutuhkan.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan bahan masukan bagi perbankan syari'ah
 - b. Bagi akademis, berguna sebagai bahan informasi bagi peneliti lain yang berkaitan dengan pengambilan keputusan pembiayaan. Disisi lain, penelitian ini dapat menambah wawasan dan kepustakaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan
 - c. Bagi penulis, memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur penelitian mengenai persepsi nasabah dan margin dalam pengambilan keputusan pembiayaan pada Bank Syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi Nasabah

1. Pengertian persepsi

Persepsi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraannya. Dengan demikian, yang dimaksud dengan persepsi adalah proses dari seseorang dalam memahami lingkungannya yang mengakibatkan pengorganisasian dan penafsiran sebagai rangsangan dalam suatu pengalaman psikologi.

Persepsi dapat pula dilihat dari proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Selanjutnya, dikatakan bahwa kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi merupakan penafsiran yang unik terhadap situasi dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.¹⁴

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab

¹⁴ Veithzal Rivai Zainal, Muliaman Darmansyah Hadad, Mansyur Ramly, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h.326

keadaan emosi yang mengembirakan, persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan dan diinterpretasikan.¹⁵

Menurut Staton sebagaimana yang dikutip dibuku Prilaku Konsumen yang ditulis oleh Nugroho: “Persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu yang stimulus (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indera (bentuk, warna, rasa sentuhan, dan aroma).

Philip Kottler memberikan definisi persepsi sebagai proses seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang memiliki arti.¹⁶

Pada dasarnya persepsi lebih kompleks dan luas bila dibandingkan dengan pengindraan. Selanjutnya, dikatakan bahwa proses persepsi dapat menambah dan mengurangi kejadian. Seperti contoh: perbedaan antara persepsi dan pengindraan, yaitu: bagian pembelian membeli peralatan yang diperkirakan menurutnya adalah peralatan yang terbaik, tetapi para insyinyur mengatakan bahwa itu bukan yang terbaik dan seorang bawahan menjawab suatu pertanyaan berdasarkan atas apa yang ia dengar dari atasannya, bukannya apa yang senyatanya dikatakan atasnya. Subproses dalam persepsi dapat membuktikan bahwa persepsi itu merupakan hal yang kompleks dan interaktif. *Subproses pertama* yang dianggap penting ialah stimulus atau situasi yang hadir. Terjadinya persepsi jika seseorang

¹⁵ Nugroho J Setiadi, *Prilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013) h. 91.

¹⁶ Philip Kottler, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 1997), h. 164

dihadapkan dengan sesuatu stimulus dan situasi. *Subproses kedua* adalah registrasi, interpretasi, dan umpan balik. Registrasi dalam hal ini seseorang mendengar atau melihat informasi terkirim kepadanya, di daftarnya semua informasi itu kemudian subproses interpretasi ini tergantung pada pendalaman (*learning*), motivasi dan kepribadian seseorang ini setiap orang berbeda. Pada informasi yang sama setiap orang mempunyai interpretasi yang berbeda, ini akan menimbulkan persepsi yang berbeda pula. Kemudian umpan balik seseorang bawahan yang melaporkan pekerjaannya akan mendapat umpan balik dengan melihat tanggapan dari atasannya tersebut setiap orang berbeda dalam menanggapi umpan balik tersebut.¹⁷

2. Proses Terbentuknya Persepsi

Persepsi terjadi berawal dari adanya sensasi, yaitu kesadaran pertama kita akan adanya suatu stimuli (rangsangan) diluar kita. Kemudian otak kita merangkai, mengkombinasikan, mengorganisasikan dan menafsirkan stimuli-stimuli tersebut dalam bentuk gambaran atau pemahaman tertentu.

Persepsi dibentuk oleh kita. Ada dua teori pembentukan persepsi, yaitu teori *structuralis* dan teori *gestalt*. Menurut teori *strukturalis* persepsi itu merupakan pengumpulan atau penjumlahan atau penggabungan bagian-bagian yang pokok, seperti kalau kita menjawab sederetan angka dalam suatu bisnis. Dengan demikian persepsi menurut aliran ini bisa dipecah lagi menjadi unit-unit yang lebih kecil. Jadi persepsi itu kompleks tidak

¹⁷ Veithzal Rivai Zainal, Muliaman Darmansyah Hadad, Mansyur Ramly, Op.Cit 327

sekedar penjumlahan atau penggabungan elemen-elemen yang terpisah, tetapi otak kita mengkombinasikannya dengan prinsip-prinsip tertentu. Beberapa hal yang dapat merubah atau mempengaruhi persepsi adalah: kultur, pembelajaran, emosi dan pengalaman seseorang. Persepsi itu bersifat personal. Setiap orang mempunyai pengalaman pengalaman pribadi, emosi dan macam-macam memori yang unik, yang secara otomatis mempengaruhi persepsi seperti aslinya, tetapi sudah dirubah, dibiaskan atau sudah di distorsi.¹⁸

Persepsi seseorang tentang sesuatu hal juga dipengaruhi suasana hatinya. Orang yang suasana hatinya sedang gembira bisa memahami kata-kata yang mengandung kegembiraan lebih cepat dari pada kata-kata yang mengandung kesedihan dan begitu juga sebaliknya.

Adapun tahap-tahap dalam pembentukan persepsi konsumen, yaitu:

- a. Sensasi adalah suatu proses penyerapan informasi mengenai suatu produk yang melibatkan panca indra konsumen (pendengaran, penglihatan, penciuman dan peraba). Pada tahap ini, konsumen akan menyerap dan menyimpan segala informasi yang diberikan ketika suatu produk ditawarkan atau dicoba.
- b. Organisasi adalah tahap dimana konsumen mengolah informasi yang telah ia dapatkan pada tahap sensasi. Konsumen akan membandingkan antara informasi baru tersebut dengan informasi atau pengetahuan yang telah ia miliki sebelumnya. Kemudian konsumen akan mendapatkan

¹⁸ Muhammad Hanafi Zuardi, *Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil Di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon*, Tapis Vol. XIII, No. 01 Januari-Juni 2013, h. 7.

kelebihan dan kekurangan yang dimiliki produk tersebut serta nilai tambah yang bisa didapat.

- c. Interpretasi adalah pengambilan citra atau pemberian makna oleh konsumen terhadap suatu produk. Setelah pada tahap organisasi konsumen mendapatkan kelebihan dan kekurangan serta nilai tambah produk, maka akan tercipta citra atau makna khas yang melekat pada produk. Dalam pemasaran, persepsi itu lebih penting dari pada realitas, Karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi perilaku aktual konsumen.

3. Faktor Mempengaruhi Perkembangan Persepsi

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan persepsi seseorang adalah:¹⁹

1. Psikologi

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di alam dunia ini sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologi. Contoh dalam persepsi harga, persepsi harga yaitu tentang bagaimana anggota memandang suatu harga yang ditawarkan, apakah harga tersebut tinggi, atau rendah. Pada dasarnya, anggota dalam menilai harga suatu produk dilihat dari nilai nominal harga produk yang ditawarkan. Penilaian terhadap harga pada suatu produk dapat dikatakan mahal, murah atau sedang tergantung pada persepsi masing-masing anggota apakah dari lingkungan atau diri sendiri sehingga berpengaruh terhadap keputusan membeli produk. Apabila

¹⁹ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 147-148.

harga suatu produk tersebut murah maka anggota cenderung untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

2. Famili (keluarga)

Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah keluarganya. Orang tua yang telah mengembangkan suatu cara yang khusus di dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi-persepsi mereka yang diturunkan kepada anaknya. Contoh : orang tua dalam memilih atau menggunakan suatu produk tentu menilai apakah produk tersebut layak dikonsumsi atau tidak, apabila produk tersebut layak dikonsumsi tentu seorang tersebut akan memutuskan untuk menggunakan produk tersebut, dari anggapan tersebut seorang anak cenderung menggunakan produk itu karena menilai bahwa produk itu layak dikonsumsi.

3. Kebudayaan

Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor kuat di dalam mempengaruhi sikap, nilai, dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini. Kebudayaan dan manusia memang begitu dekat karena setiap manusia pasti memiliki berbagai macam budaya atau etika dari diri masing-masing dan setiap warga negara mempunyai kebudayaan masing-masing dari setiap daerah, serta setiap orang memiliki sesuatu kepercayaan, pekerjaan, pengetahuan, perlengkapan untuk hidup, dan kesenian masing-masing. Contoh: sistem kepercayaan (sistem religi), jika manusia tidak memiliki kepercayaan

terhadap agama maka semua manusia pasti akan selalu bertengkar dan berperang antara negara satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi selain terjadi akibat rangsangan dari lingkungan eksternal yang ditangkap oleh suatu individu, juga dipengaruhi oleh kemampuan individu tersebut dalam menangkap dan menterjemahkan rangsangan tersebut menjadi sebuah informasi yang tersimpan menjadi sensasi dan memori atau pengalaman masa lalu. Oleh karena itu, persepsi yang terbentuk dari masing-masing individu dapat berbeda beda. Hal ini dikarenakan setiap individu dapat membentuk persepsi yang berbeda atas rangsangan yang sama disebabkan oleh tiga proses perceptual (berhubungan dengan rangsangan sensorik) yaitu:²⁰

- a) Atensi selektif yaitu kecenderungan orang untuk menyaring sebagian besar informasi yang diperoleh.
- b) Distorsi selektif menggambarkan kecenderungan orang untuk menerjemahkan informasi dengan cara yang akan mendukung apa yang telah dipercayai.
- c) Retensi selektif merupakan kecenderungan orang untuk mempertahankan informasi yang mendukung sikap dan kepercayaannya. Retensi selektif ini membentuk sikap untuk mengingat hal-hal baik tentang suatu produk yang disukai dan melupakan hal-hal baik tentang produk pesaing.

²⁰ Koltler dan Amstrong, *Op. Cit*, h. 174-175.

4. Hubungan Persepsi dengan Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Griya

Persepsi adalah salah satu faktor psikologis (internal) yang mempengaruhi perilaku konsumen. Persepsi tidak hanya bergantung dari rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Persepsi dapat berbeda dari individu dengan individu yang lain yang mengalami realitas yang sama. Apabila persepsi nasabah positif mengenai suatu objek itu baik, maka nasabah akan mengambil keputusan untuk mengajukan pembiayaan, begitu juga sebaliknya apabila persepsi seseorang negatif mengenai suatu objek maka nasabah itu enggan untuk memutuskan mengajukan pembiayaan tersebut.

5. Persepsi dalam Islam

Persepsi adalah fungsi psikis yang penting yang menjadi jendela pemahaman bagi peristiwa dan realitas kehidupan yang dihadapi manusia. Manusia sebagai makhluk yang diberikan amanah kekhalifahan diberikan berbagai macam keistimewaan yang salah satunya adalah proses dan fungsi persepsi yang lebih rumit dan lebih kompleks dibandingkan dengan makhluk Allah yang lainnya. Dalam bahasa Al-Qur'an, beberapa proses dan fungsi persepsi dimulai dari proses penciptaan. Dalam QS. Al-Mu'minun ayat 12-14:

وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنْ سُلَالَةٍ مِّنْ طِينٍ ﴿١٢﴾ ثُمَّ جَعَلْنَاهُ نُطْفَةً فِي قَرَارٍ مَّكِينٍ
ثُمَّ خَلَقْنَا النُّطْفَةَ عَلَقَةً فَخَلَقْنَا الْعَلَقَةَ مُضْغَةً فَخَلَقْنَا الْمُضْغَةَ عِظْمًا ﴿١٣﴾

فَكَسَوْنَا الْعِظْمَ لَحْمًا ثُمَّ أَنْشَأْنَاهُ خَلْقًا ءَاخَرَ ۖ فَتَبَارَكَ اللَّهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِينَ



Artinya: Dan sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dari suatu saripati (berasal) dari tanah, Kemudian Kami jadikan saripati itu air mani (yang disimpan) dalam tempat yang kokoh (rahim), (Kemudian air mani itu Kami jadikan segumpal darah, lalu segumpal darah itu Kami jadikan segumpal daging, dan segumpal daging itu Kami jadikan tulang belulang, lalu tulang belulang itu Kami bungkus dengan daging. Kemudian Kami jadikan dia makhluk yang (berbentuk) lain. Maka Maha sucilah Allah, Pencipta Yang Paling Baik.(Q.S Al-Mu'minun:12-14)

Ayat diatas memberikan gambaran bahwa manusia diciptakan dari suatu saripati yang berasal dari tanah dan kemudian seiringnya waktu saripati tersebut dijadikan air mani yang disimpan di dalam rahim seorang ibu, dan kemudian air mani tersebut dijadikan segumpal darah, dan segumpal darah itu dijadikan tulang belulang dan dibungkus dengan daging. Sesudah itu, Allah menciptakan anggota- anggota badan dan menyusun menjadi makhluk yang berbentuk seorang bayi manusia.

Proses persepsi didahului dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor, yaitu indra. Fungsi indra manusia sendiri tidak langsung berfungsi setelah ia lahir, akan tetapi ia akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya. Sehingga ia dapat merasa atas apa yang terjadipadanya dari pengaruh-pengaruh eksternal yang baru dan mengandung perasaan-perasaan

yang akhirnya membentuk persepsi dan pengetahuannya terhadap alam luar.²¹

Alat indra yang dimiliki oleh manusia berjumlah lima macam yang bisa disebut dengan panca indra. Panca indra merupakan suatu alat yang berperan penting dalam melakukan persepsi, karena dengan panca indra inilah individu dapat memahami informasi menjadi sesuatu yang bermakna.

Proses persepsi dilalui dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor yang indra, yang tidak langsung berfungsi setelah dia lahir, tetapi akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya.²²

Kemudian, ada beberapa ayat dibawah ini mewakili tentang panca indra yang berperan dalam proses persepsi, antara lain :

a. Penglihatan

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يُزْجِي سَحَابًا ثُمَّ يُؤَلِّفُ بَيْنَهُ ثُمَّ يَجْعَلُهُ رُكَّامًا فَتَرَى الْوَدْقَ
تَخْرُجُ مِنْ خِلَالِهِ وَيُنَزِّلُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ جِبَالٍ فِيهَا مِنْ بَرَدٍ فَيُصِيبُ بِهِ مَنْ
يَشَاءُ وَيَصْرِفُهُ عَنْ مَنْ يَشَاءُ يَكَادُ سَنَا بَرْقُهُ يَذْهَبُ بِالْأَبْصَارِ ﴿٤٣﴾

Artinya :Tidaklah kamu melihat bahwa Allah mengarak awan, kemudian mengumpulkan antara (bagian-bagian)nya, kemudian menjadikannya bertindih-tindih, maka kelihatanlah olehmu hujan keluar dari celah-celahnya dan Allah (juga) menurunkan (butiran-butiran) es dari langit, (yaitu) dari (gumpalan-gumpalan awan seperti) gunung-gunung, maka ditimpakan-Nya (butiran-butiran) es itu kepada siapa yang dikehendaki-Nya dan dipalingkan-Nya dari siapa yang dikehendaki-Nya. Kilauan kilat awan itu hampir-hampir menghilangkan penglihatan. (Q.S. An-Nur:43)

²¹ Najati, *Psikologi dalam Al-Qur'an terapi Qur'an dalam Penyembuhan Gangguan Kejiwan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2005), h. 49.

²² Ibid, h. 61.

Ayat diatas memberikan penjelasan bahwa manusia mengetahui mengenai proses terjadinya hujan dengan menggunakan salah satu panca indranya yaitu mata. Hal itu membuktikan bahwa sebelum mengetahui proses terjadinya hujan terlebih dahulu terjadi penyerapan informasi oleh mata dan diteruskan menjadi sebuah persepsi. Allah juga menciptakan kilatan halilintar dari awan itu agar manusia takut dan berharap kepada Allah SWT. Jadi sebagai seorang muslim hendaknya kita selalu mengingat, takut, dan berharap kepada-Nya yang telah memperlihatkan kuasa-Nya atas alam ini.

b. Pendengaran



Artinya: "Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur." (Q.s Al-Nahl:78)

Ayat tersebut memberikan gambaran bahwa manusia dilahirkan dengan tidak mengetahui sesuatu apapun, maka Allah melengkapi manusia dengan alat indra untuk manusia sehingga manusia dapat merasakan atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh luar yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang berbeda sifatnya antara satu dengan yang lainnya. Dengan alat indra tersebut, manusia akan mengenali lingkungannya dan hidup di dalam lingkungan tersebut.

c. Perasaan

Perasaan merupakan gejala psikis dengan tiga sifat khas, yaitu :

1. Dihayati secara subjektif
2. Pada umumnya berkaitan dengan gejala pengenalan
3. Dialami oleh individu dengan rasa suka atau tidak suka

B. Margin

1. Pengertian Margin

Bank syariah merupakan lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya lembaga bank yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Dalam menjalankan usahanya yang berkaitan dengan masalah keuangan bank syariah berorientasi pada prinsip-prinsip syariah Islam dengan tidak mengandalkan pada sistem bunga. Begitu juga didalam menentukan keuntungan atau margin bank syariah telah menetapkan sesuai dengan margin keuntungan yang biasa berlaku di kalangan lembaga keuangan syariah pada umumnya.

Margin adalah presentase tertentu yang ditetapkan per tahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun dapat ditetapkan 360 hari dan setahun ditetapkan 12 bulan.²³

Margin merupakan penyeimbang dari modal kerja atau investasi yang dimanfaatkan oleh mitra. Margin digunakan agar terjadinya keadilan dalam memperoleh keuntungan baik pihak mitra maupun pihak lembaga.²⁴

²³ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Cetakan Ke-3 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 280.

²⁴ Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Keperasi Modern*, (Yogyakarta : ISES Publishing, 2008), h. 160.

Margin merupakan keuntungan bank dari akad *murabahah* yang dinyatakan dalam bentuk persentase tertentu yang ditetapkan oleh Bank Syariah. *Margin* keuntungan merupakan tingkat keuntungan yang diperoleh syariah dari harga jual objek *murabahah* yang ditawarkan Bank Syariah kepada nasabahnya.²⁵

Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembayaran secara angsuran. Tagihan yang timbul dari transaksi jual beli dan atau sewa berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, *istishna* dan atau *ijarah* disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada plafond pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum di dalam perjanjian pembiayaan.

Dalam penentuan *margin* ini memiliki perhatian lebih dari nasabah yang akan melakukan transaksi pembiayaan *murabahah*. Karena dengan adanya *margin* ini, nasabah bisa memperkirakan berapa harga yang pantas dari barang yang akan dibeli dari pihak bank syariah ataupun lembaga keuangan syariah. karena disini *margin* adalah harga perolehan penentu akhir yang diperoleh dari penambahan harga pokok dari *supplier*.

Margin (keuntungan) dalam *murabahah* adalah sejumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas terjadinya jual beli dengan nasabah, dimana uang tersebut harus dibayarkan oleh penerima pembiayaan (nasabah) kepada bank sesuai dengan jadwal pembayaran yang telah disepakati bersama. Keuntungan yang diperoleh bank tersebut disebut

²⁵ Jihad, “ *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi permintaan pembiayaan Murabahah Bank Syariah Di Indonesia*”. Vol. 6 No. 2, 2009, h. 104

pendapatan margin *murabahah*. Margin digunakan agar terciptanya keadilan dalam memperoleh keuntungan baik untuk pihak nasabah maupun pihak bank.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi margin

Faktor yang mempengaruhi margin adalah sebagai berikut :²⁶

a. Jenis barang

Selisih harga jual atau margin terhadap barang yang kompetitif dipasaran relatif lebih rendah dibanding investasi, sehingga pihak bank memperlihatkan faktor tersebut sebagai ajang kompetitif. Dalam hal ini, harga jual atau margin yang ditetapkan oleh pihak bank tidak sesuai dengan harga pasarnya, harga barang yang dijual lebih rendah dibandingkan dengan investasi sehingga faktor ini digunakan sebagai ajang kompetitif atau bersaing oleh suatu perusahaan.

b. Ada pembandingan

Pembandingan yaitu penentu harga barang sebanding dengan aktivitas transaksi yang dilakukan oleh BMT terhadap supplier. Artinya, harga barang yang ditetapkan oleh pihak bank harus sebanding dengan harga yang dilakukan terhadap supplier. Contoh : jika pihak bank membeli suatu barang kepada pihak supplier seharga 50.000.000, maka pihak bank dalam menjual kepada nasabah haruslah sesuai dengan harga yang dilakukan terhadap supplier.

²⁶Ibid., h.161

c. Reputasi mitra pada pembiayaan sebelumnya

Reputasi mitra dilihat dari kelancaran angsuran, perkembangan prospek usaha, loyalitas serta tujuan usaha. Maksudnya ialah reputasi nasabah dalam mengangsur pembiayaan tersebut dapat dilihat dari cara nasabah dalam membayar angsuran apakah tepat waktu atau tidak, dan dalam perkembangan prospek usaha mereka mendukung atau tidak untuk membayar angsuran.

d. Alat ukur

Bank melakukan perhitungan berdasarkan rumus harga jual atau standar penentuan harga. Dalam penentuan harga, harga jual yang ditetapkan menjadi fleksibel dalam bersaing. Kemudian sebelum margin ditentukan, ada hal-hal yang berkaitan dalam penentuan besaran margin, antara lain :

a. Jangka waktu atau angsuran

Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembiayaan secara angsuran. Besarnya piutang/angsuran tergantung pada plafond pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum di dalam perjanjian pembiayaan. Contoh: seorang nasabah mengajukan pembiayaan rumah dengan pokok pembiayaan sebesar Rp. 50.000.000 dengan jangka waktu atau lama angsuran 3 tahun maka pihak bank menetapkan margin sebesar 11,75%.

d. Besarnya pembiayaan yang diajukan nasabah

Margin yang ditetapkan oleh pihak bank tergantung pada besarnya pembiayaan yang diajukan oleh nasabah.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi margin yaitu jenis barang, penetapan harga, jangka waktu atau angsuran, dan besarnya pembiayaan yang diajukan nasabah.

3. Indikator dalam penentuan margin

Indikator-indikator dari variabel margin antara lain:²⁷

- a. Tidak memberatkan, margin yang ditetapkan tidak memberatkan nasabah untuk melakukan pembiayaan disana.
- b. Keunggulan kompetitif, mempunyai keunggulan kompetitif karena margin yang rendah.
- c. Memudahkan perhitungan, margin yang ditetapkan memudahkan untuk melakukan perhitungan harga.
- d. Sebanding, margin yang ditetapkan sebanding dengan harga pasaran.
- e. Mudah mengajukan pembiayaan, nasabah merasa mudah untuk mengajukan pembiayaan kembali.
- f. Kelancaran, kelancaran dalam melakukan angsuran membuat nasabah mudah dalam mengajukan pembiayaan kembali.
- g. Karakteristik yang berbeda, harga jual yang ditetapkan memiliki karakteristik yang berbeda dengan pembiayaan di Konvensional.

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), h.154.

- h. Ukuran margin, besarnya tingkat margin yang ditetapkan oleh pihak bank tidak memberkan nasabah.
- i. Barang sesuai, barang atau objek yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- j. Prospek usaha, sesuai dengan kriteria sangat membantu nasabah untuk mendapatkan pembiayaan.

4. Metode-metode penentuan profit margin pembiayaan

Adapun empat metode penentuan profit margin yang diterapkan pada bisnis atau bank konvensional, menurut Muhammad yaitu :²⁸

a. *Mark-up pricing*

Mark-up pricing merupakan penentuan tingkat harga dengan me-markup biaya produksi komoditas yang bersangkutan. Pada metode ini, perusahaan atau bank akan menjual produk pada tingkat harga biaya produksi ditambah *mark-up* atau margin yang diinginkan.

b. *Target-return pricing*

Target-return pricing adalah penentuan harga jual pokok yang bertujuan mendapatkan tingkat return atas besarnya modal yang diinvestasikan. Dalam bahasa keuangan dikenal dengan istilah *return on investement (ROI)*. Dalam hal ini perusahaan akan menentukan berapa return yang akan diharapkan atas modal yang diinvestasikan.

c. *Perceived-value pricing*

²⁸ Muhammad, *Tehnik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 116.

Berbeda dengan metode *target-return pricing* yang hanya menggunakan biaya produksi sebagai kunci penentuan harga, pada *Perceived-value pricing* juga menggunakan *non-price variable* sebagai dasar penentuan harga jual. Dalam metode *Perceived-value pricing*, penentuan harga dengan tidak menggunakan variable harga sebagai dasar harga jual. Harga jual didasarkan pada harga produk pesaing dimana perusahaan melakukan penambahan atau perbaikan unit untuk meningkatkan kepuasan pembeli.

d. *Value pricing*

Value pricing adalah kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi. Hal ini sudah menjadi pemahaman umum bahwa barang yang baik, harganya mahal. Namun perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menghasilkan barang yang berkualitas dengan biaya yang efisien sehingga perusahaan tersebut dapat leluasa menentukan tingkat harga dibawah harga kompetisi.

Penentuan harga dalam pembiayaan *murabahah* di Bank syariah dapat menggunakan salah satu di antara empat model di atas. Namun, penentuan harga jual produk-produk bank syariah harus tetap memperhatikan ketentuan-ketentuan yang dibenarkan menurut syariah. Oleh karena itu, bank syariah perlu menetapkan Metode yang efektif dan efisien sehingga kemasan produk *murabahah* dapat diberikan keuntungan secara adil antara pihak bank syariah dengan nasabah pembiayaan *murabahah*.

Penetapan harga jual *murabahah*, sebaiknya dapat dilakukan dengan cara Rasulullah ketika berdagang. Cara ini dapat dipakai sebagai salah satu metode bank syariah dalam menentukan harga penjualan adalah menjelaskan harga belinya, berapa biaya yang telah dikeluarkan untuk setiap komoditas dan berapa keuntungan wajar yang diinginkan.

5. Hubungan Margin dengan Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Gria

Bank syariah memberikan pembiayaan kepada nasabah berdasarkan sistem bagi hasil. Dalam perhitungan bagi hasil ini sesuai dengan kesepakatan bersama antara kedua pihak, pihak bank dan nasabah. Hal ini tentunya berbeda dengan sistem bunga, yakni nasabah selalu pada posisi pasif dan dikalahkan. Karena pada umumnya bunga menjadi kewenangan pihak bank. Dan dalam prinsip bagi hasil terdapat unsur keadilan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Penetapan nisbah bagi hasil pembiayaan ditentukan dengan mempertimbangkan referensi tingkat margin keuntungan dan perkiraan tingkat keuntungan bisnis atau proyek yang dibiayai. Tingkat biaya pembiayaan (margin keuntungan) berpengaruh terhadap jumlah permintaan pembiayaan syariah. Bila tingkat margin keuntungan lebih rendah dari pada rata-rata suku bunga perbankan nasional, maka pembiayaan syariah semakin kompetitif. Dengan demikian, semakin rendah tingkat margin yang diambil oleh bank syariah maka akan semakin besar pembiayaan yang diminta oleh

masyarakat dan akan semakin besar pula pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah.

C. Keputusan Pengambilan Pembiayaan

1. Pembiayaan

Menurut UU no 7 tahun 1992, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan sejumlah bunga, imbalan, atau pembagian hasil. Pembiayaan didalam aktivitas Perbankan sering disebut sebagai *lending – financing*.

Pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri atau lembaga.²⁹

Pembiayaan menurut syafi'i Antonio merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan devisa unit.³⁰

Berdasarkan uraian pengertian pembiayaan diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah penyediaan uang atau dana yang diberikan kepada masyarakat yang membutuhkan pembiayaan dengan kesepakatan

²⁹ Muhammad, *Managemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta, UPP AMP YKPN 2005), h. 17.

³⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori kepraktek*, (Jakarta : Gema Insani, 2001), h. 102.

atas perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan nasabah yang mewajibkan mengembalikan uang dengan imbala atau bagi hasil.

2. Jenis-jenis Pembiayaan

a. Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal maksimum satu tahun dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan. Dalam hal ini, modal kerja biasanya digunakan untuk kebutuhan membayar biaya produksi, membeli bahan baku, perdagangan barang dan jasa, pengerjaan proyek pembangunan dan lain-lain.

b. Pembiayaan investasi syariah

Pembiayaan investasi syariah merupakan pembiayaan jangka pendek atau jangka panjang untuk melakukan pembelian barang-barang modal untuk diperlukan dalam membuka atau mendirikan usaha baru, relokasi proyek, ekspansi ataupun penggantian mesin-mesin pabrik. Dalam pembiayaan investasi, ada 2 jenis akad yang sering digunakan yaitu akad murabahah dan ijarah muntahia bit tamlik atau IMBT.

c. Pembiayaan konsumtif syariah

Pembiayaan konsumtif syariah adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha umumnya bersifat perorangan. Pembiayaan konsumtif ini diperlukan oleh nasabah untuk memenuhi kebutuhan sekunder.

d. Pembiayaan sindikasi

Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk obyek pembiayaan tertentu. Pada umumnya, pembiayaan ini diberikan bank kepada nasabah korporasi yang memiliki nilai transaksi yang sangat besar.

e. Pembiayaan berdasarkan *take over*

Pembiayaan berdasarkan *take over* adalah membantu masyarakat untuk mengalihkan transaksi nonsyariah yang telah berjalan menjadi transaksi yang sesuai dengan syariah. Dalam hal ini, bank syariah mengambil alih hutang nasabah di bank konvensional dengan cara memberikan jasa *hiwalah* atau menggunakan akad *qard* yang sesuai dengan ada tidaknya unsur bunga dalam hutang nasabah kepada bank konvensional.

f. Pembiayaan *letter of credit*

Pembiayaan *letter of credit* adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi impor atau ekspor nasabah.³¹ Hal ini dikarenakan L/C menawarkan jaminan terbaik bagi pihak importir bahwa barang yang dijual secara internasional akan dibayar. Jaminan ini timbul dari kenyataan bahwa kewajiban membayar dengan L/C terletak ditangan bank pembeli bukan ditangan pembeli.

³¹ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Keempat, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.231- 252.

3. Pembiayaan Griya (PPR)

a. Pengertian Pembiayaan Pemilik Rumah (PPR)

Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) merupakan salah satu produk pembiayaan Bank Syariah yang membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumtif). Nasabah dapat mengangsur pembayaran dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.

Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) adalah pembiayaan yang digunakan untuk pembelian rumah secara angsuran. PPR menggunakan akad murabahah, yaitu perjanjian jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli rumah yang diperlukan nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah sebesar harga beli ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati oleh bank dan nasabah.³²

Pembiayaan rumah ini dapat digunakan untuk membeli rumah (rumah, ruko, rukan, apartemen) baru maupun bekas, membangun atau merenovasi rumah, dan untuk pengalihan pembiayaan KPR dari bank lain. Keuntungan PPR yang ada di bank syariah: nasabah tidak harus menyediakan dana secara tunai untuk membeli rumah, nasabah cukup menyediakan uang muka.

Karena PPR memiliki jangka waktu yang panjang, angsuran yang dibayar dapat diiringi dengan ekspektasi peningkatan penghasilan.

Pembiayaan jual beli menggunakan akad *Murabahah* adalah jual beli

³² Kpr Syariah “ (On-line), tersedia di: <http://www.kompasiana.com/matlexaw/kpr-syariah-adalah54f7643ea33311d2338b47cf>, (25 Agustus 2017)

barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh bank dan nasabah (*fixed margin*) cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu, serta tidak ada unsur spekulatif bebas pinalti untuk pelunasan sebelum jatuh tempo.

b. Manfaat dan Tujuan PPR³³

1. Manfaat PPR

- a. Membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas.
- b. Nasabah dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.

2. Tujuan PPR

a. Pembelian Property, terdiri dari pembelian sbb:

1. Rumah ready stock atau dalam proses pembangunan oleh developer (indent)
2. Rumah Bekas/Second
3. Rumah Toko (Ruko) dengan syarat tertentu
4. Apartemen strata title dengan syarat tertentu
5. Tanah dengan luas dan status tanah milik developer atau non-developer

b. Pembangunan/Renovasi Rumah

- 1) Bahan bangunan untuk pembangunan
- 2) Bahan bangunan untuk perbaikan/renovasi

³³ Helmi Haris, *Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syari'ah)*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. I, No. 1, Juli 2007

c. Take over/Pengalihan Pembiayaan PPR, terdiri dari:

Take over dari Lembaga Keuangan Konvensional

c. Rukun dan Syarat PPR

1) Rukun PPR secara umum adalah:³⁴

- a. Pihak yang berakad: penjual dan pembeli.
- b. Objek yang diakadkan: barang diperjual belikan dan harga jual atau keuntungan.
- c. Akad atau sighat: serah (ijab) dan terima (qabul).

2) Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam transaksi PPR adalah sebagai berikut:³⁵

- a. Pihak bank harus memberitahukan biaya pembelian rumah kepada nasabah PPR.
- b. Kontrak PPR harus sah.
- c. Kontrak tersebut harus bebas dari riba.
- d. Pihak bank syariah harus memberikan kejelasan tentang rumah yang dijadikan objek transaksi PPR.
- e. Penjual harus menjelaskan semua hal yang berkaitan dengan proses perolehan tersebut.

Sedangkan persyaratan yang ditetapkan oleh MUI tentang aplikasi murabahah dalam perbankan syariah yaitu:³⁶

1. Bank dan nasabah harus mengadakan akad murabahah yang bebas riba.

³⁴ Ibid

³⁵ Ibid

³⁶ Ibid

2. Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syariat Islam.
3. Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pemberian barang yang telah disepakati kualitasnya.
4. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri bukan atas nama pembeli atau nasabah dan pembelian ini harus sah dan bebas dari riba.
5. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara hutang.
6. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah(pesanan) dengan harga jual senilai harga perolehan (harga beli ditambah dengan pajak pertambahan nilai atau PPN, biaya angkut dan biaya lain yang terkait dengan pembelian) ditambah dengan keuntungan. Dalam kaitan ini, bank harus memberitahukan secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
7. Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
8. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian secara khusus dengan nasabah.
9. Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang sendiri dari pihak ketiga, maka akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang secara prinsip milik bank.

Syarat umum PPR adalah sebagai berikut:³⁷

- a. WNI Cakap Hukum
- b. Usia
 - a) Karyawan tetap swasta, PNS BUMN, BUMD minimal 21 tahun dan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo pembiayaan atau belum pensiun
 - b) Profensional Dokter, Dosen minimal 21 tahun jatuh tempo Griya BSM maksimum 60 tahun
- c. Mengisi formulir permohonan Griya BSM dan ditandatangani
- d. Maksimal angsuran 40% dari pendapatan

Dokumen yang diperlukan:³⁸

1. Karyawan Tetap Swasta, PNS BUMN dan BUMD
 - a. Foto Copy KTP Nasabah dan pasangan
 - b. Foto Copy Kartu Keluarga
 - c. Foto Copy Surat Nikah / akta cerai/ akta pisah harta
 - d. Asli slip Gaji / Surat Keterangan penghasilan terakhir
 - e. Foto Copy Tabungan/Rekening Koran 3 bulan terakhir
 - f. Foto Copi SK (karyawan tetap)
 - g. Foto kopi NPWP & SPT Pph 21 tahun trakhir
 - h. Lainnya jika dibutuhkan Bank
2. Profesional Dokter, Dosen dan Bidan
 - a. Foto Copy KTP Nasabah dan pasangan

³⁷ Adi Nugroho, wawancara dengan penulis, Bandar Lampung, 12 mei 2017.

³⁸ *Ibid*

- b. Foto Copy Kartu Keluarga
 - c. Foto Copy Surat Nikah / akta cerai/ akta pisah harta
 - d. Asli slip Gaji / Surat Keterangan penghasilan terakhir
 - e. Foto Copy Tabungan/Rekening Koran 3 bulan terakhir
 - f. Foto Copi SK (karyawan tetap)
 - g. Fotokopi NPWP & SPT Pph 21 tahun terakhir
 - h. Foto Copy izin usaha/ izin praktek
 - i. Foto Copy laporan keuangan 2 tahun terakhir
 - j. Foto Copy KT Direksi & komisaris atau pengurus
 - k. Lainnya jika dibutuhkan Bank
- Persyaratan Agunan (Rumah)
- a. Sertifikat Tanah (SHGB atau SHM)
 - b. Izin mendirikan bangunan (IMB)
 - c. *Price List* atau Penawaran Penjual
 - d. Rencana Anggaran Biaya
 - e. Lainnya jika dibutuhkan Bank

4. Pengertian Murabahah

Secara bahasa, kata *murabahah* berasal dari kata (Arab) *rabaha*, *yrabihu*, *murabahatan*, yang berarti untung atau menguntungkan, seperti ungkapan “*tijaratun rabihah, wa baa’u asy-syai murabahatan*” yang artinya perdagangan yang menguntungkan, dan menjual sesuatu barang yang memberi keuntungan. Secara istilah, menurut para ahli hukum Islam (*fuqaha*), pengertian murabahah adalah “*al-bai bira’sil maal waribhun*

ma'lum” artinya jual beli dengan harga pokok ditambah dengan keuntungan yang diketahui.³⁹

Pengertian *Murabahah* dijelaskan dalam pasal 3 Peraturan Bank Indonesia No. 9/ 19/ PBI/ 2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bagi BMT, yaitu transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.

Di samping itu, pembiayaan *murabahah* juga telah diatur dalam fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000 pada tanggal 1 April 2000 yang intinya menyatakan bahwa dalam rangka membantu masyarakat guna melangsungkan dan meningkatkan kesejahteraan dan berbagai kegiatan, bank syariah memiliki fasilitas *murabahah* bagi yang memerlukannya, yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.⁴⁰

Murabahah dalam fiqh Islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lainnya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan yang diinginkan.⁴¹ Sedangkan menurut Muhammad Syafi'i Antonio *murabahah* adalah jual beli barang atau jasa

³⁹ Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 180.

⁴⁰ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah mada University Press, 2009), h. 108-109

⁴¹ Ascarya, *Op.Cit*, h. 81.

dengan harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam jual beli murabahah penjual harus memberitahu harga produk yang dibeli kepada calon nasabah (debitur) dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya yang akan disepakati oleh calon nasabah.⁴²

Berbagai pendapat tentang *murabahah* di atas dapat dilihat bahwa karakteristik dari *murabahah* adalah kejujuran dan keterbukaan dalam memberi informasi antar dua belah pihak pada awal transaksi, dimana penjual harus memberitahu pembeli tentang harga pembelian barang serta menyatakan jumlah keuntungan yang nantinya ditambahkan pada biaya tersebut atau harga jual kembalinya.

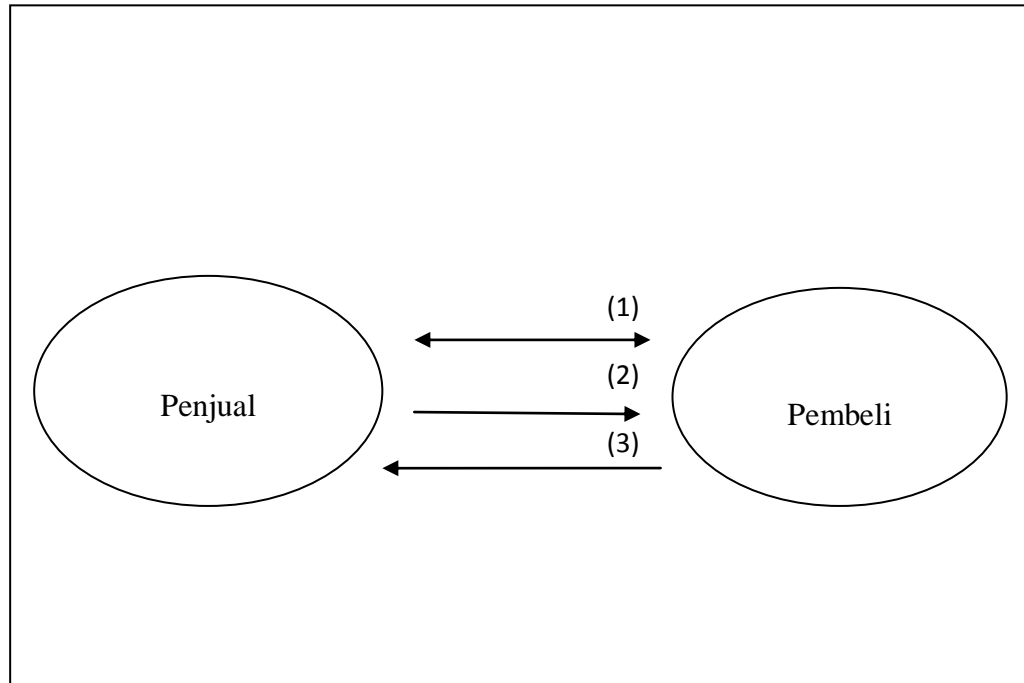
a. Jenis murabahah

Murabahah dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Murabahah tanpa pesanan, adalah *murabahah* yang dilakukan tanpa memperhatikan ada tidaknya pesanan, pihak Bank tetap menyediakan barang dagangan tersebut. Penyediaan barang pada murabahah ini tidak terpengaruh atau terkait langsung dengan ada tidaknya pesanan atau pembeli.

⁴² Muhammad Syafi'i Antonio, *Op.Cit*, h. 145.

Gambar 1.1
Alur *Murabahah* Tanpa Pesanan



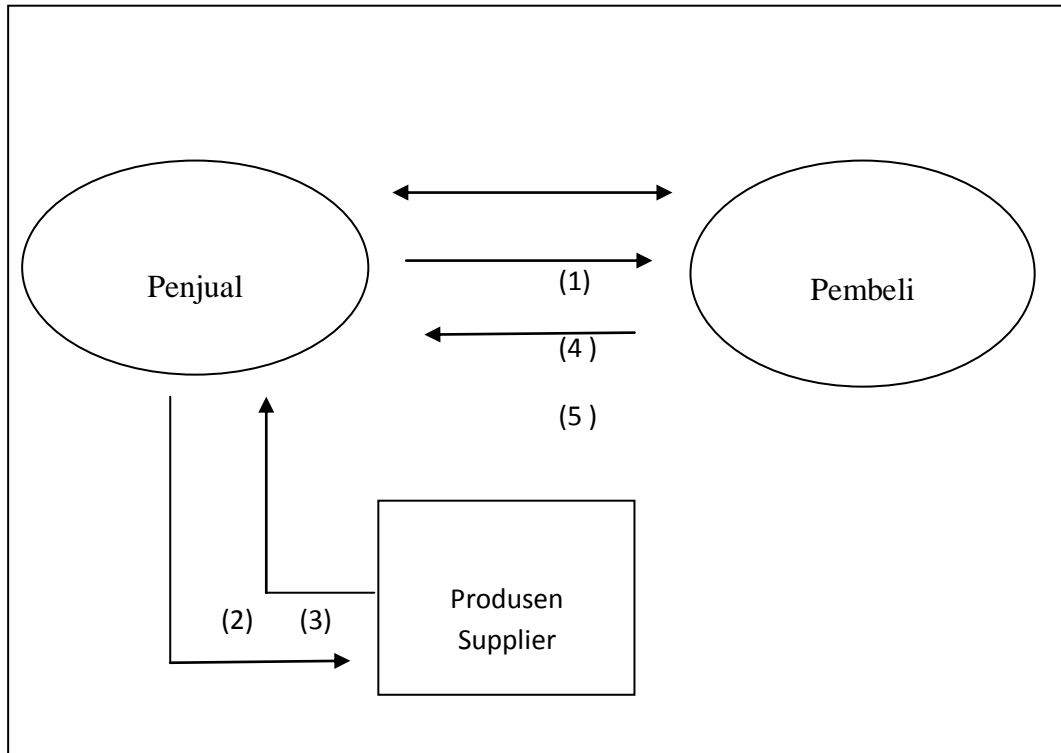
(sumber : Sri Nurhayati dan Wasilah (2011: 173))

Keterangan :

1. Melakukan akad *murabahah*
2. Barang diserahkan kepada pembeli
3. Pembayaran dilakukan oleh pembeli

2. *Murabahah* berdasarkan pesanan, adalah jenis *murabahah* yang dilakukan atas dasar pesanan yang diterima. Dalam hal ini pihak Bank akan melakukan pembelian barang jika ada pemasaran dari nasabah terlebih dahulu. Apabila tidak ada pesanan, maka tidak dilakukan pengadaan barang.

Gambar 1.2
Alur murabahah dengan pesanan



(Sumber : Sri Nurhayati dan Wasilah (2011: 173))

Keterangan :

1. Melakukan akad murabahah
2. Penjual memesan dan membeli pada supplier/ produsen
3. Barang diserahkan dari produsen
4. Barang diserahkan kepada pembeli
5. Pembayaran dilakukan oleh pembeli

b. Landasan Syariah dan Fatwa Tentang murabahah

1. Al-Qur'an

Landasan Hukum murabahah antara lain ayat 275 Qur'an Surat Al-Baqarah

Allah SWT berfirman :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَخْبَطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ
 جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَلْيُتَّقِ اللَّهَ وَاسْلُفَ وَامْرُؤَهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
 فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”. (Q.S Al-Baqarah: 275)

2. Al- Hadits

عن عبد الله بن عمر رضي الله عنهما عن رسول الله صلى الله عليه وسلم أنه قال
 إذا تبايع الرجلان فكل واحد منهما بالخيار ما لم يتفرقا وكانا جميعا أو يخيرا أحدهما
 الآخر فتبايعا على ذلك فقد وجب البيع وإن تفرقا بعد أن يتبايعا ولم يتركوا
 حد منهما البيع فقد وجب البيع (رواه البخاري ومسلم)

Artinya : “ Dari Abdullah bin Umar Radhiyallahu Anhuma, dari Rasulullah Shalallahu Alaihi Wa Sallam, beliau bersabda, ‘ Jika dua orang saling berjual beli, maka masing-masing di antara keduanya mempunyai hak pilih selagi keduanya belum berpisah, dan keduanya sama-sama mempunyai hak, atau salah seorang di antara keduanya memberi pilihan kepada yang lain, lalu keduanya menetapkan jual beli atas dasar pilihan itu, maka jual beli menjadi wajib’. ” (HR Bukhari-Muslim)

3. Fatwa DSN

Akad *murabahah* juga dibenarkan dalam fatwa Dewan Syariah Nasional nomor 04/DSN-MUI/IV/2000 yang menyatakan bahwa dalam jual beli *murabahah* adalah barang yang diperjualbelikan bukanlah barang yang diharamkan oleh syariah Islam.

5. Keputusan Pengambilan Pembiayaan

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan proses interaksi antara sikap efektif, kognitif, dan sikap *behavioral* dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupan. Sikap efektif merefleksikan sikap keyakinan dan sikap behavior merefleksikan sikap tindakan nyata. Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut *behavior* dimana ia merujuk pada tindakan fisik yang nyata yang dapat dilihat dan dapat diukur oleh orang lain⁴³.

Keputusan pembelian adalah tahap dan proses pengambilan keputusan dimana nasabah benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan produk yang ditawarkan.⁴⁴

b. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan

Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan berlanjut dalam waktu yang lama setelah pembelian. Pemasar harus memusatkan perhatian pada keseluruhan proses pembelian dan bukan hanya keputusan pembelian.⁴⁵

Berikut ini menggambarkan proses pengambilan keputusan nasabah :

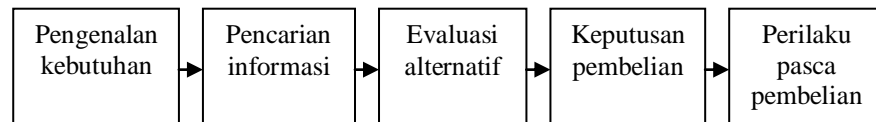
⁴³Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung : Alfabeta, 2012), h. 195 .

⁴⁴Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid Satu*, (Jakarta : Erlangga, 2008), h. 267.

⁴⁵*Ibid* , h. 179.

Gambar 1.3

Tahap- tahap proses pembelian



Gambar diatas memperlihatkan bahwa konsumen melewati seluruh lima tahap itu untuk semua pembelian yang dilakukannya. Tetapi dalam pembelian yang lebih rutin konsumen sering menghilangkan atau membalik urutan tahap ini. Meskipun demikian, kita menggunakan model gambar itu memperlihatkan semua pertimbangan yang timbul ketika seseorang konsumen menghadapi situasi pembelian yang baru dan kompleks.⁴⁶

a) Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan merupakan pembeli menyadari suatu kebutuhan dan masalah. Kebutuhan dapat dipicu dengan rangsangan *internal* ketika salah satu kebutuhan normal seseorang (ekonomi) timbul pada saat tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi dorongan. Kebutuhan juga bias dipicu oleh rangsangan *eksternal* (iklan dan diskusi dengan teman). Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan atau masalah apa yang timbul, apa yang menyebabkannya, dan bagaimana masalah itu bias mengarahkan konsumen pada produk tertentu ini.⁴⁷

⁴⁶*Ibid* , h. 179

⁴⁷*Ibid*, h. 179-180

b) Pencarian informasi

Konsumen yang tertarik mungkin mencari informasi atau mungkin tidak. Jika dorongan konsumen itu kuat dan produk yang memuaskan ada di dekat konsumen itu, konsumen akan membelinya kemudian. Jika tidak, konsumen bias menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan.⁴⁸

c) Evaluasi alternatif

Tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternative dalam sekelompok pilihan.⁴⁹

d) Keputusan pembelian

Pada umumnya keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai atau keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli, tetapi ada dua faktor bias berada antara niat pembeli (sikap orang lain) dan keputusan pembelian (faktor situasi yang tidak diharapkan seperti harga, pendapatan, dan manfaat produk yang diharapkan).⁵⁰

e) Perilaku pascapembelian

Pekerjaan pemasar tidak berakhir ketika produk telah dibeli. Setelah membeli produk, konsumen akan merasa puas dan tidak puas dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian yaitu tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan dan ketidakpuasan. Jawabnya

⁴⁸*Ibid*, h. 180

⁴⁹*Ibid*, h. 180

⁵⁰*Ibid*,h. 181

terletak pada hubungan antara *ekspektasi* konsumen dan kinerja anggapan produk. Jika produk tidak memenuhi ekspektasi, konsumen kecewa; jika konsumen memenuhi ekspektasi, konsumen puas; jika produk melebihi ekspektasi, konsumen sangat puas.⁵¹

b. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1.	Skripsi Ummi Sholihah (2016)	Pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan <i>murabahah</i> . (studi kasus pada bmt karima karang pandan)	Hasil Penelitian menunjukan bahwa pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan <i>murabahah</i> pada BMT Karima Karang pandan,
2.	Jurnal Ilmiah Fithria Aisyah Rahmawati (2015)	Analisis faktor yang mempengaruhi penetapan margin pada pembiayaan <i>murabahah</i> di bmt se-kabupaten jepara.	Hasil penelitian menunjukan bahwa Tingkat margin yang ditentukan dalam akad <i>murabahah</i> tidak hanya berpengaruh terhadap tingkat

⁵¹*Ibid*, h.181.

			bagi hasil pemegang saham,tetapi juga berpengaruh pada bagi hasil yang diberikan kepada anggota penyimpan dana.
3.	Tesis Fadlyka Himmah Syahputera Harahap (2016)	Analisis pengaruh religiusitas dan pendapatan usaha nasabah serta margin bank terhadap keputusan nasabah Mengambil pembiayaan bank syariah (kasus nasabah di kecamatan padang sidempuan utara)	Hasil Penelitian menunjukan bahwa religiusitas dan pendapatan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di bank syariah. dan ada pengaruh antara bagi hasil dan keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah.
4.	Skripsi Eva Roviana (2015)	Analisis Pengaruh Persepsi Harga atau Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Anggota dalam Membeli Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i> Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus BMT Amal Mulia).	Hasil penelitian menunjukan bahwa persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota

Sumber : Diolah penulis (2017)

c. Kerangka Pemikiran

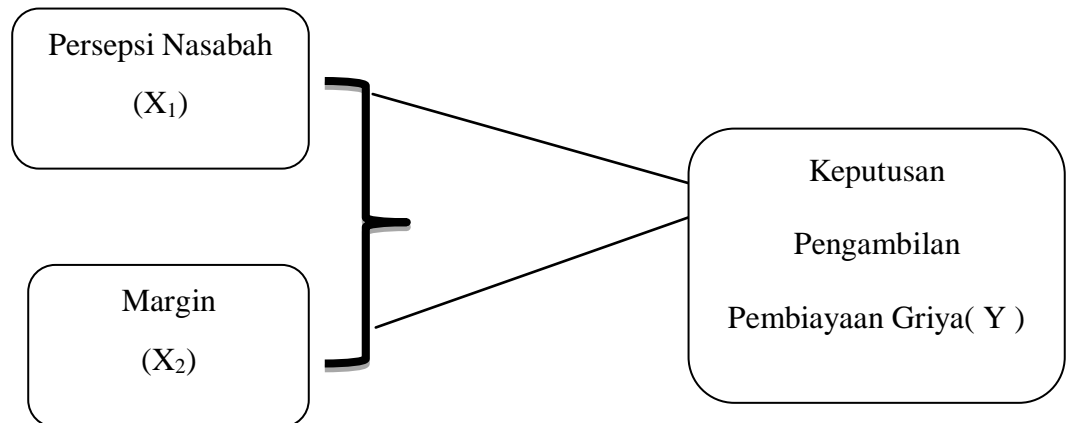
Kerangka berpikir adalah konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan di antara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Dalam kerangka pemikiran, peneliti harus menguraikan konsep atau variabel penelitiannya secara lebih terperinci.⁵²

Persepsi dari setiap nasabah mempunyai implikasi yang berbeda terhadap hasil keputusan yang diambil. Margin menjadi indikator yang disoroti dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan karena margin menjadi kesepakatan bersama antara nasabah dengan pihak Bank saat dilaksanakan pembiayaan. Pemahaman nasabah terhadap penetapan Margin yang ditetapkan oleh pihak Bank akan mendorong nasabah untuk mengambil pembiayaan. Selain itu, ketika nasabah merasa Margin yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh nasabah juga akan mendorong nasabah untuk mengambil keputusan mengajukan pembiayaan Griya tersebut.

Jadi, Persepsi Nasabah dan Margin secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pengambilan Pembiayaan Griya. Apabila Persepsi Nasabah positif terhadap pembiayaan griya maka akan membuat nasabah yakin untuk mengambil keputusan Pembiayaan tersebut. Ditambah dengan pemahaman nasabah terhadap Margin yang ditetapkan Bank dan kesesuaian dengan kemampuan nasabah akan mendorong nasabah menggunakan Pembiayaan Griya.

⁵²Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Kencana, 2011), h. 76

Gambar 1.4
Kerangka Pemikiran



d. Hipotesis Penelitian

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat.⁵³ Kebenaran dari hipotesis harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berikut hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya di Bank Syariah Mandiri.

H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya di Bank Syariah Mandiri

⁵³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 86.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung, yaitu meneliti Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian skripsi ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵⁵

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu melakukan kegiatan di lapangan tertentu guna memperoleh berbagai data dan informasi yang diperlukan. Karena dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya.

Dilihat dari sifatnya Penelitian ini bersifat asosiatif. Analisis asosiatif yaitu penelitian untuk menanyakan hubungan antara dua variabel atau

⁵⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & G*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 8

lebih⁵⁶. Dalam kaitannya dengan penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Griya pada Bank Mandiri Syariah KCP Teluk Betung.

C. Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian. Ada dua jenis sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini, yaitu:⁵⁷

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh penulis dari sumber asli.⁵⁸ Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data primer dari lapangan, yakni hasil wawancara secara langsung dengan manager BSM, pihak yang terkait pembiayaan griya dan mengajukan kuesioner kepada para nasabah yang masih aktif melakukan Pembiayaan Griya di Bank Syariah Mandiri.

2. Data sekunder

Selain data primer penulis juga menggunakan data sekunder sebagai pendukung dalam penelitian yang penulis lakukan. Data sekunder adalah data yang lebih dulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi diluar penelitian sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya data asli, mengutip untuk memperoleh data dari berbagai referensi. Data ini diperoleh dari

⁵⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 100.

⁵⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Edisi Pertama, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 129.

⁵⁸ Muhammad, *metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 102.

sumber-sumber yang telah ada diantaranya dari Al-Quran, Al-Hadist, buku-buku, jurnal dan data dari Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.

D. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara acak untuk memperoleh populasi dan sampel yang dimaksud, agar memperoleh data yang baik maka dipilih dengan menggunakan metode wawancara, kuesioner (angket) dan dokumentasi.

a. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada objek yang diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dari objek yang diteliti.⁵⁹

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara dengan mewawancarai salah satu karyawan atau pimpinan secara langsung serta nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.

b. Metode Kuesioner (angket)

Metode angket atau kuesioner yaitu metode utama menggali dalam penelitian ini. Angket merupakan metode yang menggunakan sejumlah daftar pertanyaan tertulis yang harus di isi oleh responden. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang disusun dengan menyediakan alternative jawaban sehingga memudahkan responden dalam memberi jawaban dan

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* , (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 194.

memudahkan peneliti dalam menganalisa.⁶⁰ Pertanyaan mengungkapkan tentang Persepsi nasabah dan margin yang ditujukan kepada nasabah yang masih aktif melakukan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.

c. Dokumentasi

Mengumpulkan data melalui peninggalan penulis melalui beberapa arsip-arsip dan juga termasuk buku-buku tentang teori pendapat, dalil atau hukum-hukum dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.⁶¹ Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data berupa catatan, arsip, dan sebagainya yang berhubungan dengan hal-hal yang berkaitan dengan Persepsi Nasabah dan Margin Pembiayaan Griya yang digunakan di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.

E. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶² Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang mengajukan Pembiayaan Griya pada Bank Syariah mandiri

⁶⁰ S. Margono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), Cet. 2, h. 167.

⁶¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta Ilmu, 2002), h. 20.

⁶² Sugiyono, *Op.cit.* h.80

KCP Teluk Betung per Desember 2016, nasabah tersebut berjumlah 65 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)⁶³. Penelitian ini menggunakan tehnik pengambilan sampel dengan metode Insidental Sampling, merupakan tehnik *nonprobability sampling* yang memilih siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶⁴ Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi anggota pembiayaan per desember 2017 yang berjumlah 40 orang. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi, ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin*⁶⁵. Karena jumlah respondennya sudah diketahui.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

⁶³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2002), h. 116.

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (.Bandung: Alfabeta, 2010), h. 122.

⁶⁵ *Ibid*, hlm. 160

n = Ukuran Sampel
 N = Ukuran Populasi
 e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan/ *margin of error max.*

pengambilan sampel yang masih di tolerin atau diinginkan, sebanyak 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{65}{1 + 65.0,1^2}$$

$$n = 39,39393 \text{ dibulatkan menjadi } 40$$

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata nasabah pembiayaan per desember 2016 yang berjumlah 65 orang, maka jumlah sampel yang diteliti adalah 40 orang/nasabah.

F. Definisi Operasional

Pada analisis ini menggunakan analisis regresi berganda yang biasanya digunakan untuk memprediksi pengaruh dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

1. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi, menjelaskan, atau menerangkan variabel lain, variabel ini yang

menyebabkan perubahan pada variabel terikat.⁶⁶ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independenya antara lain:

a. Persepsi Nasabah (X1)

Persepsi Nasabah merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengetahuan masyarakat terhadap produk pembiayaan Griya (PPR).

b. Margin (X2)

Margin adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun dapat ditetapkan 360 hari dan setahun ditetapkan 12 bulan .

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas.⁶⁷ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya (Y).

Pengambilan keputusan merupakan proses interaksi antara sikap efektif, kognitif, dan sikap *behavioral* dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupan. Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsure yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut *behavior* dimana

⁶⁶Yusuf, A. Muri, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Cetakan pertama, (Jakarta: kencana, 2014), h.109.

⁶⁷M. Burhan Buhsin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers. 2012), h. 93.

ia merujuk pada tindakan fisik yang nyata yang dapat dilihat dan dapat diukur oleh orang lain.

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis. Berikut definisi operasional dalam penelitian ini:

3. Tabel Operasional Variabel

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran Variabel	Definisi Operasional
1	Persepsi Nasabah (X_1)	1. Sensasi 2. Organisasi 3. Interpretasi	Likert	Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. (Philip Kotler Kevin Lane Keller, 2007)
2	Margin (X_2)	1. Tidak memberatkan 2. Keunggulan kompetitif 3. Memudahkan perhitungan 4. Sebanding 5. Mudah mengajukan pembiayaan 6. Kelancaran 7. Karakteristik yang berbeda	Likert	Margin adalah presentase tertentu yang ditetapkan per tahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun dapat ditetapkan 360 hari dan setahun ditetapkan 12 bulan. (Adiwarman A.

		8. Ukuran Margin 9. Barang sesuai 10. Prospek usaha		Karim, 2006)
3	Keputusan pengambilan Pembiayaan Griya (Y)	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Prilaku Pasca Pembelian	Likert	Keputusan pembelian adalah tahap dan proses pengambilan keputusan dimana nasabah benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan produk yang ditawarkan. (Philip Kotler dan Gary Amstrong, 2008)

G. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengkuantifikasi informasi yang diberikan oleh konsumen jika mereka diharuskan menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan dalam suatu kuisioner. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

Skala likert merupakan teknik mengukur sikap di mana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan.⁶⁸Skala liker adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakandalam riset berupa survei.skala likert digunakan untuk

⁶⁸ Juliansyah Noor, *Op. Cit* h.128

mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Adapun skala pengukuran yang dipakai adalah berdasarkan keterangan dan informasi yang diberikan responden melalui angket (kuesioner) yang telah disebar dengan metode skor. Dengan bobot penilaian sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert :

Jawaban	Bobot
1. Jawaban Sangat Setuju (SS)	1. Diberi Skor 5
2. Jawaban Setuju (S)	2. Diberi Skor 4
3. Jawaban Netral (N)	3. Diberi Skor 3
4. Jawaban Tidak Setuju (TS)	4. Diberi Skor 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)	5. Diberi Skor 1

Sumber : Juliansyah Noor (2011)

H. Analisis Data

Model analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, yaitu studi mengenai ketergantungan satu variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), yang bertujuan untuk memprediksi rata-rata variabel dependen didasarkan nilai variabel independen yang diketahui.⁶⁹ Sebelum melakukan analisis ini, untuk mendapatkan nilai yang baik, maka penulis perlu melakukan

⁶⁹ Dedi Rosdi, *Ekonometrika dan Analisis Runtun Waktu Terapan dengan Eviews*, (Yogyakarta: ndi Offset, 2012), h. 61.

sebuah pengujian pada instrument pengumpulan data yang digunakan. Metode pengujian analisis dalam hal ini adalah Uji asumsi Klasik, sedangkan alat bantu analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 16 (*Statistical Package for Social Science*).

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Dalam penelitian ini, dikatakan *valid* jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti. Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *product momen pearson* dan taraf signifikan 0.05 atau 5%. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya, hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan signifikan 0.05 atau 5%. Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid.⁷⁰

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Suatu alat ukur dapat dikatakan memiliki apabila digunakan berkali-berkali oleh

⁷⁰V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 192

peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap akan memberikan hasil yang sama.⁷¹

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi-dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan.⁷²

2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan bebas dari asumsi klasik baik itu multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.⁷³

Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi berganda sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan kotak kerja yang sama dengan uji regresi.

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bisa, dan konsisten. Uji ini digunakan untuk melihat ada tidaknya penyimpangan asumsi model klasik yakni dengan pengujian normalistas, multikolinieritas, autokorelasi dan heterokedastisitas sebagai berikut:

⁷¹ Ikbal Hasan, *Analisis data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004) h. 15

⁷² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), h. 110

⁷³ V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit*,h. 181

1) Uji Normalitas

Uji normalitas data ini sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal.⁷⁴ Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogorov-Smirnov jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel independen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁷⁵

3) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan lain yang disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak

⁷⁴ *Ibid*, h. 52

⁷⁵ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 185

adanya masalah autokorelasi.⁷⁶

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crossection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (d_l dan d_u). Kriterianya jika nilai $d_u < d < 4 - d_u$, maka tidak terjadi autokorelasi.⁷⁷

Keterangan:

d = Nilai Durbin Watson hitung

d_u = Nilai batas atas/ *upper* Durbin Watson tabel

Nilai Durbin Watson dapat dilihat pada tabel Durbin Watson (k, n)

Keterangan:

n = Ukuran sampel

k = Jumlah variabel *independent*⁷⁸

4) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi

⁷⁶Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 158

⁷⁷Wiratna Sujarweni, *Op.Cit*, h. 186

⁷⁸*Ibid*, h. 186.

heterokedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.⁷⁹

3. Alat Uji Hipotesis

a. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dimaksudkan untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Formulasi regresi linear berganda adalah sebagai berikut:⁸⁰

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Y = Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya

X1 = Persepsi Nasabah

X2 = Margin

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi X1

b2 = Koefisien regresi X2

e = Standar Error

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1,X2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap

⁷⁹ *Ibid*, h. 186-187.

⁸⁰ Freddy Rangkuti, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), h. 23.

variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.

Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka dinyatakan bahwa kedua variabel persepsi nasabah dan margin secara silmutan tidak mempengaruhi tingkat signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan.
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dinyatakan bahwa kedua variabel persepsi nasabah dan margin secara silmutan mempengaruhi tingkat signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan.

c. Uji Signifikansi Parameter (Uji T)

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel dependen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05.⁸¹

Untuk menguji pengaruh dari variabel masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui variabel mana yang lebih mempengaruhi keputusan Pengambilan digunakan uji-t, dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut :⁸²

- 1) Tingkat Signifikan yang akan digunakan adalah 0,05 dengan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima H_o ditolak.

⁸¹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang : Universitas Diponogoro, 2005), h. 98.

⁸² Freddy Rangkuty, Op.Cit. h. 27.

- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Adapun untuk uji statistik tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Pengujian koefisien regresi variabel persepsi nasabah

H_a : Persepsi nasabah berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pengambilan pembiayaan

H_0 : Persepsi nasabah tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pengambilan pembiayaan

- 2) Pengujian koefisien regresi variabel margin

H_a : Margin berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pengambilan pembiayaan

H_0 : Margin tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pengambilan pembiayaan

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) ini merupakan suatu uji statistik yang paling sering digunakan. Indikator ini akan memberikan bobot yang sangat tinggi untuk kesalahan absolut besar.⁸³ Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel *independent* secara serentak terhadap variabel *dependent*. Uji R^2 dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisarannya antara $0 < R^2 < 1$. Kriterianya yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai R^2 mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin

⁸³Ofyar Z. Tamrin, *Perencanaan Pemodelan & Rekayasa Transportasi*, (Bandung: ITB, 2008), h. 31.

kecil.

2. Jika nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.⁸⁴



⁸⁴Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 34

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri (BSM) berawal sejak tahun 1999. Telah kita ketahui bersama bahwa kurang lebih dua tahun sebelum kehadiran bank ini, Indonesia mengalami krisis ekonomi dan moneter yang begitu hebat sejak bulan juli 1997 yang berlanjut dengan dampak krisis di seluruh sendi kehidupan bangsa terutama yang terjadi di dunia usaha. Dampak yang ditimbulkannya bagi bank-bank konvensional di masa itu mengharuskan pemerintah mengambil kebijakan dengan melakukan restrukturisasi dan merekapitalisasi sejumlah bank di Indonesia. Dominasi industri perbankan nasional oleh bank-bank konvensional di tanah air saat itu mengakibatkan begitu meluasnya dampak krisis ekonomi dan moneter yang terjadi.

Bank konvensional saat ini itu yang merasakan dampak krisis diantaranya : PT Bank Susila Bakti (BSB) milik Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB saat itu berupaya untuk keluar dari krisis dengan melakukan merger atau penggabungan dengan sejumlah bank lain serta mengundang investor asing. Kemudian di saat bersamaan, pada tanggal 31 Juli 1999 pemerintah melakukan merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero). Kebijakan ini juga

menempatkan sekaligus menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk kemudian melakukan konsolidasi dan membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah sebagai follow up atau tindak lanjut dari keputusan merger oleh pemerintah. Tim yang dibentuk bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).⁸⁵

Tim yang bekerja tersebut memandang bahwa berlakunya UU No. 10 Tahun 1998 menjadi momentum tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti sebagai bank konvensional menjadi bank syariah. Karena itu, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera menyiapkan infrastruktur dan sistemnya, sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank syariah dengan nama PT BankSyariah Mandiri dengan Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.⁸⁶

Kegiatan usaha BSB yang berubah menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, via Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Dengan

⁸⁵Profil Bank Syariah Mandiri, 25 April 2017

⁸⁶*Ibid*

ini, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak hari Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 Masehi sampai sekarang. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

a. Visi⁸⁷

“Bank syariah terdepan dan modern”

Bank Syariah Terdepan:

Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.

Bank Syariah Modern:

Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi⁸⁸

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan.

⁸⁷*Ibid*

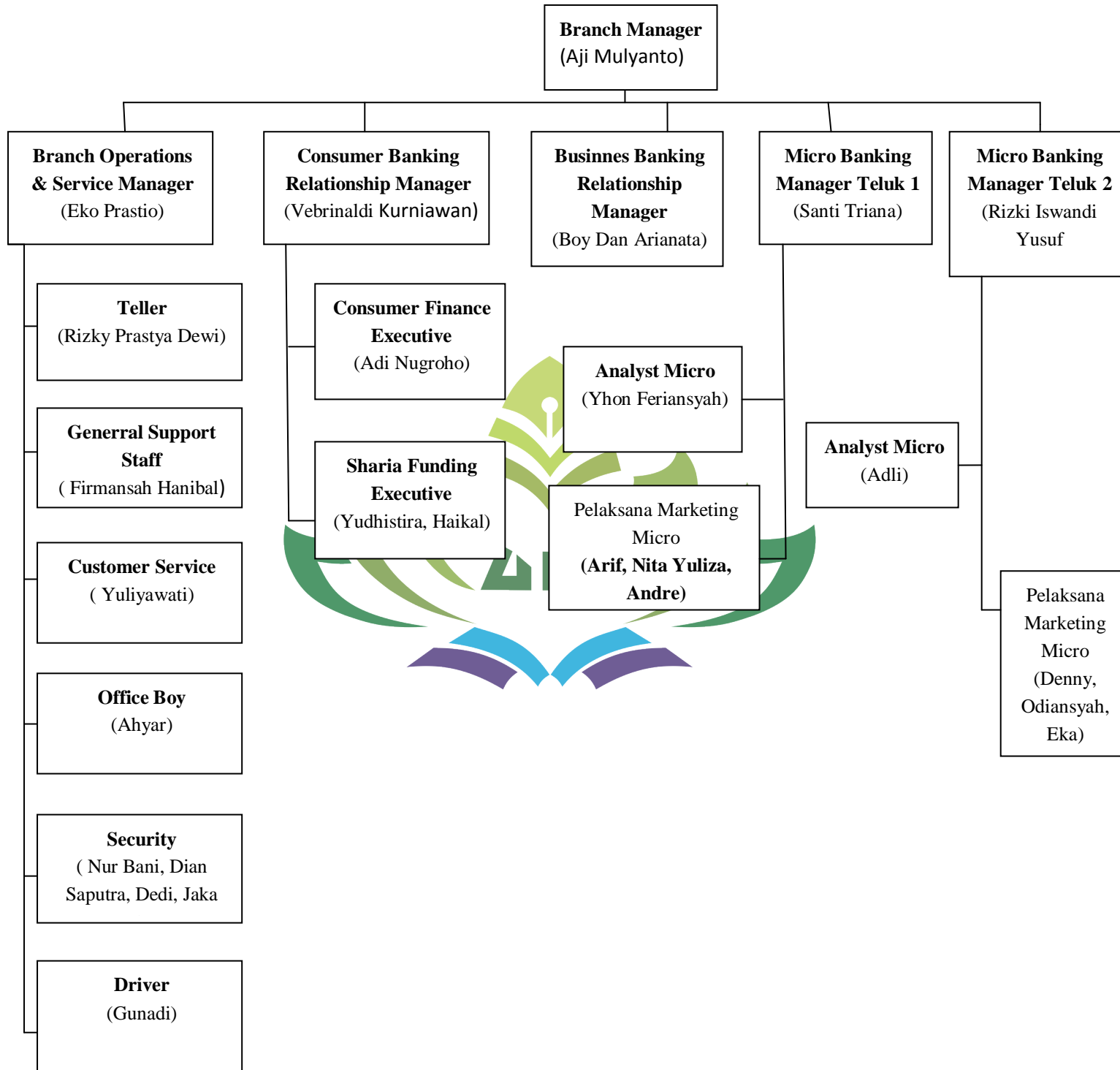
⁸⁸*Ibid*

- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpun dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang ketat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

Shared Values Bank Syariah Mandiri disingkat “**ETHIC**”:

- a. **Excellence**: Mencapai hasil yang mendekati sempurna (*perfect result-oriented*).
- b. **Teamwork**: Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.
- c. **Humanity**: Mengembangkan kepedulian terhadap kemanusiaan dan lingkungan.
- d. **Integrity**: Berperilaku terpuji, bermartabat, dan menjaga etika profesi.
- e. **Customer Focus**: Mengembangkan kesadaran tentang pentingnya nasabah dan berupaya melampaui harapan nasabah (internal dan eksternal).

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri



Gambar 1.4
Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung

4. Jenis Usaha Bank Syariah Mandiri

a. Produk pembiayaan⁸⁹

1) BSM Edukasi

Pembiayaan Edukasi BSM adalah pembiayaan jangka pendek dan menengah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan uang masuk sekolah/ perguruan tinggi/ lembaga pendidikan lainnya atau uang pendidikan pada saat pendaftaran tahun ajaran/ semester baru berikutnya dengan akad ijarah.

2) BSM Griya

Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumtif), baik baru maupun bekas, di lingkungan developer maupun non developer, dengan sistem murabahah.

Menggunakan akad pembiayaan Akad murabahah. Akad murabahah adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

3) BSM Implan

Pemberian fasilitas pembiayaan konsumen kepada sejumlah karyawan (kolektif) dengan rekomendasi perusahaan/ instansi (*approve company*), di mana pembayaran anggurannya dikoordinasi oleh perusahaan/ instansi melalui pemotongan gaji langsung.

⁸⁹*Ibid*

Akad yang digunakan pada pembiayaan implan adalah Wakalah wal Murabahah/ Wakalah wal Ijarah, yaitu :

- a. Wakalah adalah akad antara BSM dan Perusahaan/instansi untuk verifikasi kelengkapan awal, merekomendasikan karyawan/anggotanya untuk mengajukan pembiayaan, dan *collection* (potong gaji).
 - b. Murabahah adalah akad Antara BSM dan karyawan/anggota untuk pembelian barang.
 - c. Ijarah Antara BSM dan karyawan/anggota untuk memperoleh manfaat atas jasa pendidikan
- 4) Pembiayaan Resi Gudang BSM
- Pembiayaan Resi Gudang adalah pembiayaan transaksi komersial dari suatu komoditas/produk yang diperdagangkan secara luas dengan jaminan utama berupa komoditas/produk yang dibiayai dan berada dalam suatu gudang atau tempat yang terkontrol secara independen (*independently controlled warehouse*). Akad Pembiayaan pada pembiayaan resi Gudang disesuaikan dengan skema usaha nasabah (*tailor made*), dapat berupa :
- 5) Pembiayaan Kepada Koperasi Karyawan untuk Para Anggotanya (PKPA)

Pembiayaan kepada Koperasi Karyawan untuk Para Anggotanya (PKPA) adalah penyaluran pembiayaan melalui koperasi karyawan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen para anggotanya (kolektif)

yang mengajukan pembiayaan kepada koperasi karyawan. Pola penyaluran yang dipergunakan adalah *executing* (kopkar sebagai nasabah), sedangkan proses pembiayaan dari kopkar kepada anggotanya dilakukan dan menjadi tanggung jawab penuh kopkar.

Akad Pembiayaannya, sebagai berikut :

- a. Pemberian fasilitas pembiayaan dalam bentuk akad (*Mudharabah Line Facility*) dan atas setiap pencairan berikutnya dituangkan dalam bentuk akad *mudharabah*.
- b. Penarikan fasilitas harus berdasarkan adanya pengajuan dari anggota kepada Nasabah.
- c. Fasilitas pembiayaan kepada Nasabah bersifat *non revolving*.

6) Gadai Emas BSM

Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat. Akad Pembiayaannya, antara lain :

- a. Akad yang digunakan adalah akad *Qardh* dalam rangka
- b. *Qardh* dalam rangka *Rahn* adalah akad pemberian pinjaman dari bank untuk nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas agar bank menjaga barang jaminan yang diserahkan.
- c. Biaya pemeliharaan menggunakan akad *ijarah*.

7) Talangan Haji BSM

Pembiayaan Talangan Haji BSM merupakan pinjaman dana talangan dari bank kepada nasabah khusus untuk menutupi kekurangan dana

untuk memperoleh kursi/seat haji dan pada saat pelunasan BPIH. Akad yang digunakan adalah akad Qardh wal Ijarah. Qardh wal Ijarah adalah akad pemberian pinjaman dari bank untuk nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas agar bank menjaga barang jaminan yang diserahkan.

8) Pembiayaan Mudharabah Muqayyadah off Balance Sheet

Investasi Terikat Syariah Mandiri adalah suatu produk dengan karakteristik sebagai berikut:

a. Investor (shahibul maal) menginvestasikan dananya kepada Bank disertai dengan pernyataan bahwa investasi tersebut dijaminan kepada Bank atas pembiayaan yang diberikan oleh Bank kepada Pelaksana Usaha tertentu

b. Atas investasi tersebut, Investor memperoleh return dari pembiayaan yang diberikan oleh Bank kepada Pelaksana Usaha tertentu tersebut.

a. Akad Pembiayaannya, antara lain :

c. Akad antara Investor dengan Bank yaitu akad Mudharabah Muqayyadah dengan minimal mencantumkan: jumlah dana, jangka waktu investasi, penerima pembiayaan (Pelaksana Usaha yang ditentukan), besar nisbah bagi hasil. Investor tidak diperkenankan mencairkan dananya sebelum jangka waktu pembiayaan berakhir, kecuali dana yang berasal dari pengembalian cicilan atau pelunasan pinjaman dari Pelaksana Usaha, yang dikreditkan ke rekening

investasi tidak terikat milik Investor pada Bank (mudharabah mutlaqah) atau rekening giro Bank (wadi'ah).

d. Akad antara Bank dengan Pelaksana Usaha dapat berupa akad murabahah, mudharabah, dan musyarakah dengan maksimal plafond pembiayaan dan jangka waktu mengikuti ketentuan butir 1.

9) Pembiayaan Kepada Pensiunan

Penyaluran fasilitas pembiayaan komersial/konsumer kepada para pensiunan PNS, di mana pembayaran angsurannya dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima setiap bulannya.

Adapun kriteria dari pembiayaan kepada Pensiunan, antara lain :

- a. Pensiunan PNS,
- b. Pada saat jatuh tempo fasilitas usia maksimal 65 tahun,
- c. Belum menikmati fasilitas pembiayaan serupa dari pemberi pembiayaan lain, dan
- d. Bersedia untuk memindahkan pembayaran uang pensiunnya melalui Bank Syariah Mandiri

10) Pembiayaan Peralatan Kedokteran

Ditujukan kepada para professional yang berprofesi sebagai dokter spesialis atau dokter gigi yang berkeinginan untuk membeli peralatan baru penunjang kerja atau memperbarui peralatan yang ada melalui fasilitas pembiayaan syariah dengan cara mengangsur dan pembiayaannya menggunakan akad Murabahah.

11) Pembiayaan Umrah

Produk pembiayaan umrah BSM adalah salah satu upaya BSM untuk memberikan kemudahan dan keringanan kepada calon nasabah dalam memenuhi kebutuhan perjalanan umrah yang selama ini belum

terakomodir melalui pembiayaan secara syariah dengan menggunakan akad ijarah. Pembiayaan digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah seperti namun tidak terbatas untuk tiket, akomodasi dan persiapan biaya umrah lainnya melalui Penyelenggara Umrah yang telah terdaftar dan mempunyai izin dari Departemen Agama serta memiliki pengalaman usaha penyelenggaraan umrah minimal selama 2 tahun.

12) BSM Warung Mikro

Pembiayaan yang digunakan untuk pengembangan usaha mikro dengan limit pembiayaan sampai dengan Rp.100.000.000,-. Pembiayaan ini diperuntukkan bagi perorangan (PNS, Pegawai Swasta) yang memiliki usaha dan bagi Badan Usaha.

Syarat pengajuan bagi wiraswasta/profesi:

- a. Usaha telah berjalan minimal 2 tahun
- b. Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah dan maksimal 55 tahun saat pembiayaan lunas
- c. Surat keterangan/ijin usaha

Perorangan Golbertap:

- a. Status pegawai tetap dengan masa dinas minimal 1 (satu) tahun
- b. Usia minimal 21 tahun pada saat pengajuan dan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo fasilitas pembiayaan
- c. Surat keterangan kerja/SK Pegawai

Badan usaha:

- a. usaha telah berjalan minimal 2 tahun
- b. Surat keterangan/ijin usaha
- c. Akte pendirian/perubahan perusahaan

13) Warung Mikro BSM Sejahterakan Umat

Bank Syariah Mandiri (BSM) terus berjuang mewujudkan pembangunan umat dengan pengembangan program Warung Mikro. Program ini memudahkan nasabah mendapatkan pinjaman dana pengembangan usaha secara syariah.

Warung Mikro menyediakan pinjaman bagi masyarakat pengelola usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan usaha produktif. Pihak BSM sebagai penyedia modal akan melakukan survei dan penilaian kepada calon peminjam terhadap prospek usaha yang dilakukan.

Pelayanan produk Warung Mikro BSM berpegang pada prinsip bagi hasil dan nilai-nilai Islam, sehingga tidak membebani nasabah akan suku bunga yang rentan mengalami peningkatan. Prinsip yang dianut BSM sendiri adalah keadilan dimana imbalan atas dasar bagi hasil yakni keuntungan ditetapkan atas kesepakatan bersama antara bank dan nasabah. Pihak bank tidak boleh mendzalimi nasabah dengan menetapkan keuntungan secara sepihak, sebaliknya juga nasabah.

14) Pembiayaan Mudharabah BSM

Pembiayaan Mudharabah BSM adalah pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank.

Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

15) Pembiayaan Musyarakah BSM

Pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

16) Pembiayaan Murabahah BSM

Pembiayaan Murabahah BSM adalah pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

b. Produk Pendanaan⁹⁰

1. Tabungan BSM

Simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka.

Karakteristik dari tabungan Syariah Mandiri, antara lain:

- a. Berdasarkan akad Mudharabah Muthalaqah.
- b. Menggunakan mata uang Rupiah, Dollar Amerika, dan Dollar Singapura.
- c. BSM Net banking dan BSM Mobile Banking.
- d. ATM dan Debit Card.
- e. Tabungan dengan bagi hasil yang menarik, aman dan terjamin.

⁹⁰*Ibid*

- f. Dapat ditarik ataupun disetor di seluruh cabang bank Syariah Mandiri.
- g. Nasabah dapat menyalurkan zakat, infak, dan sedekah melalui tabungan Syariah Mandiri.

1) BSM Tabungan Mabrur

Tabungan MABRUR adalah simpanan dalam mata uang rupiah yang bertujuan membantu masyarakat muslim dalam merencanakan ibadah haji & umrah, tabungan ini dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah Muthlaqah. Adapun karakteristik dari tabungan MABRUR, antara lain :

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqah.
- Sarana untuk perencanaan ibadah haji.
- Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya Penyelenggaraan Haji/umrah.

Manfaat Tabungan MABRUR, antara lain :

- Bebas biaya administrasi bulanan,
- kemudahan pengurusan administrasi/dokumen perjalanan haji,
- On-line dengan SISKOHAT Departemen Agama,
- Setoran ringan serta tersedia talangan untuk pelunasan BPIH,
- On-line antar cabang.

2) Tabungan Berencana BSM

Simpanan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian bagi penabung maupun ahli waris untuk memperoleh

dananya sesuai target pada waktu yang diinginkan. Produk tabungan dengan jangka waktu, dana dan tujuan investasinya dapat ditentukan secara fleksibel oleh nasabah dan dilengkapi dengan fasilitas Asuransi cuma-cuma. Adapun manfaat dari Tabungan Berencana BSM, antara lain :

- Memudahkan mengatur rencana kebutuhan dana jangka menengah dan panjang.
- Bagi hasil yang menguntungkan.
- Di-cover dengan asuransi jiwa.
- Nasabah tidak perlu membayar premi asuransi.

2. Deposito BSM

Deposito Syariah Mandiri adalah sarana investasi berjangka waktu tertentu yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*.

c. Produk Jasa Bank Syariah Mandiri⁹¹

1. Jasa Produk

- BSM Card
- BSM Sentra Bayar
- BSM SMS Banking
- BSM Mobile Banking
- BSM Net Banking
- Pembayaran Melalui Menu Pemindahbukuan di ATM
- BSM Jual Beli Valas

⁹¹*Ibid*

- BSM Elektronik Payroll
- Transfer Uang Tunai
- BSM E-Money
- Keamanan

2. Jasa Operasional

- BSM transfer Lintas Negara Western Union
- BSM Kliring
- BSM Inkaso
- BSM Intercity Clearing
- BSM RTGS
- Transfer Dalam Kota
- BSM Transfer Valas
- BSM Pajak Online
- BSM Referensi Bank
- BSM Standing Order
- BSM Payment Point
- Layanan BSM Pembayaran Institusi

3. Jasa Investasi

- Reksadana
- Sukuk Negara Ritel



5. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1

Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumah	Presentase (%)
1	Laki-laki	15	37,5%
2	Perempuan	25	62,5%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Bank Mandiri Syariah KCP Teluk Betung yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin perempuan berjumlah 25 orang atau sebesar 62,5% dan laki-laki berjumlah 15 orang atau sebesar 37,5%. Dari keterangan diatas menunjukan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

b. Usia Responden

Data mengenai umur responden disini peneliti mengelompokan menjadi empat kategori, yaitu kurang dari 20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, dan diatas 41 tahun. Adapun data mengenai umur responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	<20 tahun	0	0%
2	21-30 tahun	25	62,5%
3	31-40 tahun	15	37,5%
4	>41 tahun	0	0%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan data dari tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun 0 orang, responden yang berusia antara 21-30 tahun berjumlah 25 orang atau sebesar 62,5%, responden yang berusia antara 31-40 tahun berjumlah 15 orang atau sebesar 37,5%, dan responden yang berusia diatas 41 tahun berjumlah 0. Dari keterangan diatas menunjukan bahwa sebagian besar responden yang diambil berusia 21-40 tahun.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Wiraswasta	12	30,0%
2	Pegawai Negeri/PNS/BUMN	16	40,0%
3	Dosen/Dokter/Bidan	3	7,5%
4	Lainnya	9	22,5%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan data dari tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan nasabah yang diambil menjadi responden mayoritas adalah pekerja Pegawai Negeri yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 16 orang atau sebesar 40,0%. Sedangkan wiraswasta berjumlah 12 orang atau sebesar 30,0%, dokter berjumlah 3 orang atau sebesar 7,5%, dan lain-lain berjumlah 9 orang atau sebesar 22,5%.

d. Penghasilan Responden Perbulan

Tabel 4.4

Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1	<Rp 2.000.000	6	15,0%
2	Rp 2.500.000-Rp5.000.000	33	82,5%
3	Rp 5.000.000-Rp7.000.000	0	0%
4	>Rp 8.000.000	1	2,5%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan data dari tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar penghasilan nasabah yang diambil menjadi responden adalah berkisar antara 2,5-5 juta yaitu berjumlah 33 orang atau sebesar 82,5%, sementara kurang dari 2 juta berjumlah 6 orang atau sebesar 15,0%, dan diatas 8 juta berjumlah 1 orang atau sebesar 2,5%.

B. Analisis Data

1. Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya (PPR)

a. Gambaran Distribusi Jawaban Responden

1) Variabel X

a) Variabel X₁(Persepsi Nasabah)

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel persepsi dapat dilihat berdasarkan tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Nasabah

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	P _{1.1}	16	40,0	17	42,5	7	15,5	0	0	0	0	40	100
2	P _{1.2}	13	32,5	15	37,5	12	30,0	0	0	0	0	40	100
3	P _{1.3}	12	30,0	18	45,0	10	25,0	0	0	0	0	40	100
4	P _{1.4}	11	27,5	18	45,0	11	27,5	0	0	0	0	40	100
5	P _{1.5}	10	25,5	17	42,5	13	32,5	0	0	0	0	40	100
6	P _{1.6}	13	32,5	16	40,0	11	27,5	0	0	0	0	40	100
7	P _{1.7}	7	17,5	17	42,5	15	37,5	1	2,5	0	0	40	100
8	P _{1.8}	13	32,5	17	42,5	10	25,5	0	0	0	0	40	100
9	P _{1.9}	12	30,0	16	40,0	12	30,0	0	0	0	0	40	100
10	P _{1.10}	14	35,0	14	35,0	12	30,0	0	0	0	0	40	100

Sumber: Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan data pada tabel diatas, sebagian besar responden memberi jawaban setuju. Dimana hasil terbanyak setuju pada item 3 dan 4 kecepatan pencairan dan prosedur yang mudah dengan

presentase sebesar 45,0% atau 18 responden. Hasil terkecil yaitu tidak setuju pada item 7 yaitu mekanisme pembiayaan griya berbeda dengan pembiayaan di konvensional dengan presentase 2,5% atau 1 responden. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa pembiayaan griya ini mempunyai keunggulan dalam kecepatan pencairan dan prosedur dalam mengajukan pembiayaan sangatlah mudah.

b) Variabel X₂ (Margin)

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Margin

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	P _{2.1}	14	35,0	17	42,5	9	22,5	0	0	0	0	40	100
2	P _{2.2}	11	27,5	16	40,0	13	32,5	0	0	0	0	40	100
3	P _{2.3}	15	37,5	18	45,0	7	17,5	0	0	0	0	40	100
4	P _{2.4}	12	30,0	16	40,0	12	30,0	0	0	0	0	40	100
5	P _{2.5}	9	22,5	19	47,5	12	30,0	0	0	0	0	40	100
6	P _{2.6}	14	35,0	20	50,0	6	15,0	0	0	0	0	40	100
7	P _{2.7}	15	37,5	17	42,5	8	20,0	0	0	0	0	40	100
8	P _{2.8}	13	32,5	17	42,5	10	25,0	0	0	0	0	40	100
9	P _{2.9}	16	40,0	17	42,5	7	17,5	0	0	0	0	40	100
10	P _{2.10}	10	25,0	21	52,5	9	22,5	0	0	0	0	40	100

Sumber: Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel diatas, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju dimana hasil terbanyak setuju terdapat pada item 10 yaitu prospek usaha responden dengan persentase 52,5% atau 21 responden. Hasil terkecil atau netral terdapat pada

item 6 yaitu kelancaran angsuran dengan persentase 15,0% atau 6 responden. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa prospek usaha nasabah yang sesuai dengan kriteria sangat membantu untuk mendapatkan pembiayaan Griya di Bank Syariah Mandiri Teluk Betung.

2) Variabel Y (Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya)

Tabel 4.7

Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya

No	Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y.1	12	30,0	16	40,0	12	30,0	0	0	0	0	40	100
2	Y.2	14	35,0	14	35,0	12	30,0	0	0	0	0	40	100
3	Y.3	3	32,5	17	42,5	10	25,0	0	0	0	0	40	100
4	Y.4	6	15,0	18	45,5	15	37,5	1	2,5	0	0	40	100
5	Y.5	9	22,5	19	47,5	12	30,0	0	0	0	0	40	100
6	Y.6	11	27,5	16	40,0	13	32,5	0	0	0	0	40	100
7	Y.7	9	22,5	20	50,0	11	27,5	0	0	0	0	40	100
8	Y.8	7	17,5	21	52,5	12	30,0	0	0	0	0	40	100
9	Y.9	7	17,5	23	57,5	10	25,0	0	0	0	0	40	100
10	Y.10	15	37,5	17	42,5	8	20,0	0	0	0	0	40	100

Sumber: Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel diatas, sebagian besar responden yang memberikan jawaban setuju. Dimana hasil terbanyak setuju terdapat pada item 9 yaitu pada indikator perilaku pasca pembelian dengan persentase sebesar 57,5% atau 23 responden. Hal terkecil atau tidak setuju terdapat pada item

4 yaitu nasabah dalam memperoleh informasi tentang pembiayaan griya melalui teman atau saudara sebesar 2,5% atau 1 responden. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas dengan produk pembiayaan griya yang diajukan di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan item-item dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Validitas item ditunjukkan dengan adanya dukungan terhadap skor total. Uji validitas sebaliknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, maka kegiatan yang harus dilakukan adalah membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5% dengan $n=40$ sehingga r_{tabel} dalam penelitian ini adalah : $r(0,05;40-2) = 0,261$

Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan terlebih dahulu perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS 16.0. Adapun hasil output perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel X_1

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Item 1	0,292	0,261	Valid
Item 2	0,433	0,261	Valid
Item 3	0,345	0,261	Valid
Item 4	0,289	0,261	Valid
Item 5	0,403	0,261	Valid
Item 6	0,263	0,261	Valid
Item 7	0,330	0,261	Valid
Item 8	0,439	0,261	Valid
Item 9	0,587	0,261	Valid
Item 10	0,424	0,261	Valid

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel X_1 dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,26

Tabel 4.9

Uji Validitas Variabel X_2

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Item 1	0,349	0,261	Valid
Item 2	0,787	0,261	Valid
Item 3	0,461	0,261	Valid
Item 4	0,436	0,261	Valid
Item 5	0,506	0,261	Valid
Item 6	0,312	0,261	Valid
Item 7	0,475	0,261	Valid
Item 8	0,499	0,261	Valid
Item 9	0,303	0,261	Valid
Item 10	0,502	0,261	Valid

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel X_2 dapat dinyatakan valid karena

suluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,261

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel Y

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Item 1	0,422	0,261	Valid
Item 2	0,470	0,261	Valid
Item 3	0,701	0,261	Valid
Item 4	0,284	0,261	Valid
Item 5	0,759	0,261	Valid
Item 6	0,664	0,261	Valid
Item 7	0,759	0,261	Valid
Item 8	0,759	0,261	Valid
Item 9	0,368	0,261	Valid
Item 10	0,494	0,261	Valid

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel Y dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,261

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 ($> 0,06$).

Hasil pengujian reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu oleh statistik SPSS 16.0. Adapun hasil output dapat diketahui sebagaimana dalam tabel berikut.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach Alpha	Keterangan
X ₁	10 item	0,649	Reliabel
X ₂	10 item	0,620	Reliabel
Y	10 item	0,766	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Dari table diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X₁, X₂, dan Y reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat digunakan uji *Kolmogrov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikannya. Jika signifikan $> 0,05$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.12
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov
One-Simple Kolmogorov-Simirnov Test

Sampel	Kolmogorov-Smirnov Z	Signifikansi	Kesimpulan
40	.465	.982	Normal

a. Test distribution is Normal

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar $0,982 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikorelasi.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas
coefficients_a

Variabel Independen	Tolerance	VIF
Persepsi	.871	1.149
Margin	.871	1.149

a. Dependent Variable : Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan data *output* diatas diketahui bahwa nilai tolerance sebesar $0,871 > 0,10$, sementara nilai VIF sebesar $1.149 < 10,00$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel pengganggu pada suatu periode berkorelasi atau tidak berkorelasi dengan variabel pengganggu lainnya. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.652 ^a	.425	.394	.33142	2.603

- a. Predictors : (Constant), Persepsi Nasabah, Margin
- b. Dependent Variable : Keputusan pengambilan pembiayaan griya

Sumber : Data primer diolah tahun 2017

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dikatakan ada problem autokorelasi.

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* atas residual persamaan regresi, diperoleh nilai *Durbin-Watson* 2.603 dengan jumlah variabel bebas (k) = 2, sample (n)

$= 40$ dan $dl = 1,197$ $du = 1.398$. Maka $du < dw < 4-du$,

Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

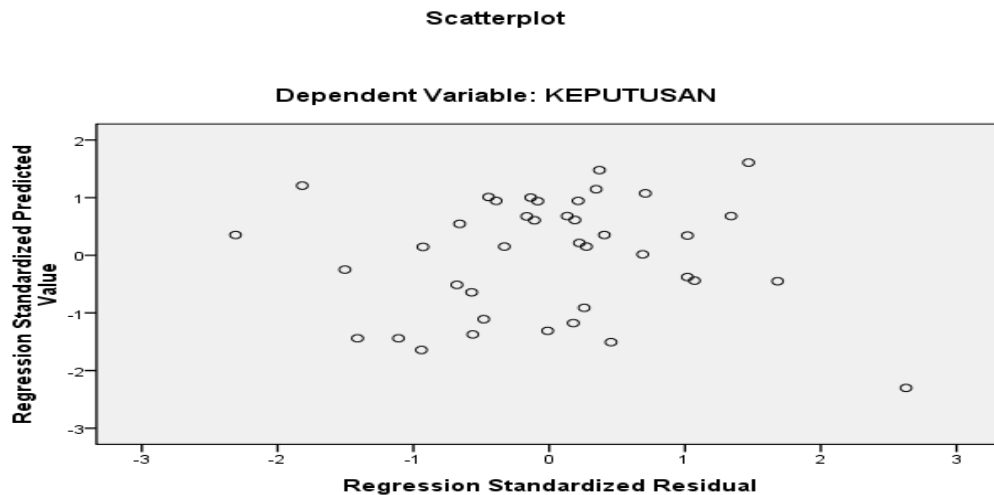
4) Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, dengan kriteria jika:

- 2) Titik-titik data menyebar diatas atau sekitar angka 0
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- 5) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.



Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Hasil uji heteroskedastisitas pada Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya memenuhi kriteria. Dengan melihat grafik scatterplot, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

d. Alat Uji Hipotesis

1) Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan penelitian untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan) nilainya, jadi

analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana

Y = Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya

X₁ = Persepsi Nasabah

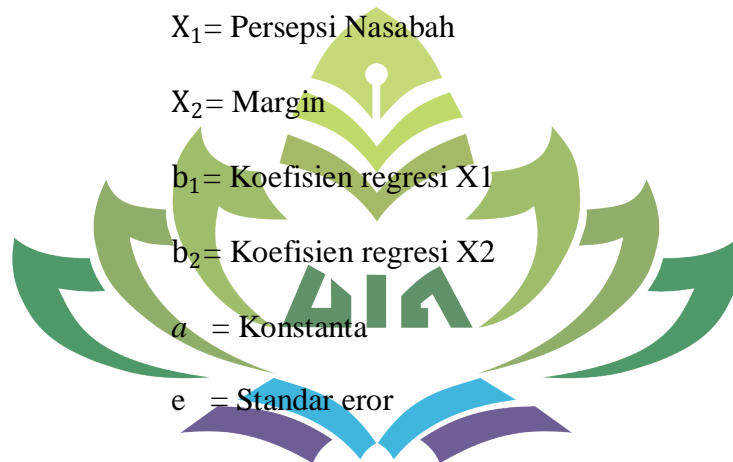
X₂ = Margin

b₁ = Koefisien regresi X₁

b₂ = Koefisien regresi X₂

a = Konstanta

e = Standar error



Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.217	.826		.263	.794		
	PERSEPS I	.187	.193	.129	.969	.339	.871	1.149
	MARGIN	.734	.165	.594	4.447	.000	.871	1.149

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber : data primer diolah 2017

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut : $Y = 0,217 + 0,187X_1 + 0,734X_2 + e$

Berdasarkan regresi diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 0,217 menunjukan besarnya keputusan pengambilan pembiayaan griya adalah 0,217 jika variabel persepsi (X_1), margin (X_2) adalah 0 (nol).
2. Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukan bahwa variabel persepsi (X_1), mempunyai arah regresi negatif dengan keputusan pengambilan pembiayaan yaitu $B_1 = 0,187$
3. Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukan bahwa variabel margin(X_2) mempunyai arah regresi positif dengan keputusan pengambilan pembiayaan griya $B_2 = 0,734$ yang berarti bahwa apabila margin mengalami peningkatan 1% maka keputusan pengambilan pembiayaan akan mengalami peningkatan 73% dengan asumsi variabel yang lain konstan

2) Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat dengan menggunakan nilai probabilitas (*sig*). Kriteria pengujian

simultan pada skripsi ini yaitu jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian simultan pada skripsi ini menggunakan SPSS 16 Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA berikut ini.

Tabel 4.17
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.004	2	1.502	13.672	.000 ^a
	Residual	4.064	37	.110		
	Total	7.068	39			

a. Predictors: (Constant), MARGIN, PERSEPSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber : Data primer diolah 2017

Berdasarkan data pada kolom F diatas nilai F_{hitung} adalah 13,672 sedangkan pada F_{tabel} diperoleh $F_{tabel} = F(k; n-k) = F(2;38)$ dan menghasilkan nilai F_{tabel} sebesar 3,252 nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti persepsi dan margin secara bersamaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya.

2. Uji t (Parsial)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y)

Hipotesis:

H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

H_a = Ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Tingkat signifikansi yang akan digunakan adalah 0.05 dengan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.18

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.217	.826		.263	.794
	PERSEPSI	.187	.193	.129	.969	.339
	MARGIN	.734	.165	.594	4.447	.000

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.217	.826		.263	.794
PERSEPSI	.187	.193	.129	.969	.339
MARGIN	.734	.165	.594	4.447	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan t tabel dengan tingkat signifikansi 5% :2 = 0,025 (uji 2 sisi) dan derajat kebebasan(df) n-k-1 atau 40-2-1= 37 dengan pengujian dua sisi tersebut hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar 2,026

1) H_1 = Persepsi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel persepsi memiliki nilai t hitung sebesar (0,969) dengan sig 0,339. Hal ini berarti bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ (2,026) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga variabel persepsi tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan (0,339 < 0,05).

2) H_2 = Margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel margin memiliki nilai t hitung sebesar

(4.447) dengan sig 0,000. Hal ini berarti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,026) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga variabel margin memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan ($0,000 > 0,05$).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). tujuannya adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 4.19
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.652 ^a	.425	.394	.33142	2.603

a. Predictors: (Constant), MARGIN, PERSEPSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber : Data primer diolah 2017

Berdasarkan hasil uji determinasi yang tampak pada tabel diatas, besarnya koefisien determinasi atau adjust R Square adalah 0,425 hal tersebut berarti 42,5% variabel keputusan pengambilan pembiayaan griya dapat dijelaskan oleh variabel persepsi dan

margin. Sedangkan sisanya ($100\% - 42,5\%$) adalah $57,5\%$ dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan tersebut diatas.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin terhadap Pengambilan Keputusan Pembiayaan Griya Pada Bank Syariah Mandiri.

1. Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan Griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Batung Bandar Lampung

Persepsi merupakan tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraannya. Dengan demikian, yang dimaksud dengan persepsi adalah proses dari seseorang dalam memahami lingkungannya yang melibatkan pengorganisasian dan penafsiran sebagai rangsangan dalam suatu pengalaman psikologi. Persepsi juga diartikan sebagai suatu proses dimana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka. Disamping itu, persepsi dapat pula dilihat dari proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Selanjutnya dikatakan bahwa kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi merupakan penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan diatas, diketahui bahwa variabel-variabel independen yaitu persepsi nasabah dan margin berpengaruh secara simultan terhadap dependennya yaitu keputusan pengambilan pembiayaan (Y). hal ini didapatkan berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $(13,672 > 3,252)$ artinya kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.

Selanjutnya pengaruh parsial diketahui bahwa variabel persepsi (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya (Y) dengan hasil yang didapatkan berdasarkan perhitungan perbandingan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,969 < 2,026$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. sedangkan variabel margin (X_2) berpengaruh signifikan dengan hasil yang didapatkan dari perhitungan perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,447 > 2,026$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Dari hasil penelitian ini bahwa persepsi nasabah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. Hal ini bisa disebabkan karena nasabah sebagian besar lebih mengedepankan margin ketimbang persepsi mereka, hal tersebut dapat dilihat dari distribusi jawaban pada kuesioner dimana jawaban sama sebesar 42,5% menjawab setuju bahwa pembiayaan griya menarik dari segi akad, pembiayaan griya sudah sesuai syariat dan prinsip keadilan, pembiayaan griya sangat berbeda dengan pembiayaan di bank konvensional, dan pembiayaan griya akan

menguntungkan nasabah. Dan 35,0% menjawab setuju bahwa pembiayaan griya dapat memenuhi kebutuhan.

Selanjutnya 40,0% menjawab setuju bahwa nasabah kurang menyerap ketentuan pembiayaan griya, dan 35,0% menjawab setuju bahwa pembiayaan griya dapat membantu memenuhi kebutuhan. Dan 30,0% menjawab netral bahwa nasabah kurang memahami tata cara pembiayaan griya, dan 25,0% menjawab netral bahwa pembiayaan griya mempunyai keunggulan dalam kecepatan pencairan, dan 27,5% menjawab netral bahwa pembiayaan griya mempunyai prosedur yang mudah, dan 27,5% menjawab netral bahwa proses dalam pengajuan pembiayaan lebih mudah.

Hasil ini dikarenakan persepsi nasabah yang kurang baik mengenai pembiayaan griya. Sehingga persepsi nasabah tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada bank syariah mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.

Hasil ini tidak relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan Alima Setriani (2008) dengan judul “pengaruh persepsi nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan” yang menyatakan bahwa persepsi nasabah sangat menentukan dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan.

Sedangkan variabel margin (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. Hal ini dikarenakan dari hasil kuesioner yang disebar dengan 10 item pernyataan tentang margin

pembiayaan griya dapat diketahui bahwa item yang paling mendorong adalah indikator prospek usaha, dengan besarnya presentase 52,5% menjawab setuju pada pernyataan prospek usaha membuat nasabah mudah mendapatkan pembiayaan griya. Selanjutnya 42,5% menjawab setuju pada pernyataan bahwa margin yang ditetapkan bank syariah mandiri tidak memberatkan. Selanjutnya terdapat 50,0% menjawab setuju pada pernyataan kelancaran angsuran membuat nasabah mudah dalam mengajukan pembiayaan kembali.

Selanjutnya terdapat data yang sama yaitu setuju sebesar 47,5% menjawab setuju pada pernyataan bahwa harga jual memiliki karakteristik yang berbeda dengan pembiayaan di bank konvensional, ukuran margin sesuai dengan pembiayaan yang diajukan dan pembiayaan yang diajukan sesuai dengan barang yang nasabah inginkan.

Selanjutnya 32,5% menjawab netral bahwa bank syariah mandiri mempunyai keunggulan kompetitif karena margin yang rendah, dan 17,5% menjawab netral bahwa margin yang ditetapkan memudahkan nasabah untuk melakukan perhitungan harga barang/rumah, dan terdapat data yang sama yaitu netral sebesar 30,0% bahwa margin pembiayaan griya sebanding dengan harga yang ada dipasaran, dan nasabah mudah mengajukan pembiayaan kembali di bank syariah mandiri.

Hasil tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju pada variabel margin, yang artinya margin menjadi salah satu penentu minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan griya

dikarenakan margin pembiayaan griya tidak memberatkan atau rendah. Sehingga dengan margin yang tidak memberatkan nasabah akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ainul Kariro tentang “Pengaruh persepsi nasabah, margin, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembiayaan murabahah di BMT MMU Sidogiri”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin mempunyai kontribusi pengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah.

Dari hasil uji determinasi R^2 adalah 0,425 hal tersebut berarti 42,5% variabel keputusan pengambilan pembiayaan griya dijelaskan oleh variabel persepsi nasabah dan margin. Sedangkan sisanya 57,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan tersebut. Variabel lain yang bisa mempengaruhi persamaan tersebut juga bisa dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor sosial, pengetahuan, biaya akad, dan kecepatan pencairan.

2. Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin pada Pembiayaan Griya dalam Ekonomi Islam

Islam merupakan agama yang sempurna, yang mengatur berbagai permasalahan baik masalah aqidah, ubudiah, maupun muamalah serta akhlak yang berlandaskan dengan Al-qur'an dan hadist. Salah satu kegiatan jual-beli (muamalah) diantaranya kegiatan ekonomi, dimana ekonomi adalah cabang ilmu yang membahas aktivitas manusia baik individu maupun

kelompok dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pelaksanaan jual beli muamalah harus dilakukan dengan prinsip ekonomi islam.

Ekonomi Islam adalah ekonomi yang dijiwai ajaran-ajaran Islam. Ekonomi Islam menyangkut kumpulan prinsip umum tentang perilaku ekonomi umat yang diambil dari Al-qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW dan pondasi ekonomi tersebut dibangun atas pokok-pokok itu dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan waktu. Menurut Islam, setiap bisnis yang dilakukan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Adapun salah satu prinsip dalam Ekonomi Islam adalah prinsip keadilan.

Lawan kata dari keadilan adalah kedzaliman (*azh zhulum*), yaitu sesuatu yang telah diharamkan Allah atas diri-Nya sebagaimana telah diharamkan-Nya atas hamba-hamba-Nya. Allah mencintai orang-orang yang berbuat adil membenci orang-orang yang berbuat zhalim, bahkan melaknat mereka. Termasuk bentuk keadilan yang lain adalah tidak boleh menjelek-jelekkan pesaing. Tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain agar orang membeli kepadanya.

Tidak diragukan lagi bahwa keadilan merupakan prasyarat bisnis dan perdagangan sebagaimana keadilan melingkupi seluruh wilayah kehidupan manusia. Seluruh alam semesta didasarkan pada konsep keadilan dan keseimbangan. Keadilan berarti bahwa semua orang hendaknya diperlakukan secara patut, tanpa ada tekanan dan diskriminasi yang tak patut. Keadilan mencakup perlakuan adil, kesamaan dan satu rasa memiliki,

serta keseimbangan. hal ini sesuai dengan firman Allah SWT , dalam QS.

An Nisa: 135 yang berbunyi:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِٱلْقِسْطِ شُهَدَآءَ لِلّٰهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ ءَوِ
ٱلْوَٰلِدَيْنِ وَٱلْأَقْرَبِينَ ؕ إِن يَكُنْ غَنِيًّا ءَوْ فَقِيرًا فَلَلَّهُ ءَوَّلَىٰ بِهِمَا ؕ فَلَا تَتَّبِعُوا ٱلْهَوَىٰ ؕ أَن
تَعْدِلُوا ؕ وَإِن تَلْوُواْ ءَوْ تُعْرِضُواْ فَإِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا


Artinya :” Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabatmu. jika ia kaya ataupun miskin, Maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, Maka Sesungguhnya Allah adalah Maha mengetahui segala apa yang kamu kerjakan.” (Qs.An-Nisa : 135)

Ayat diatas menjelaskan perintah dari Allah kepada setiap orang yang beriman untuk senantiasa berkata benar. Tidak sepatasnya bagi seorang mukmin untuk meninggalkan kebenaran, dan mudah terpaling darinya. Sebaliknya, orang-orang yang beriman seyogyanya saling bahu-membahu, tolong-menolong dan menyatu-padukan tekad guna memperjuangkan kebenaran. Mereka menegakan kebenaran demi menggapai keridhaan Allah. Bila ketulusan niat ini telah terwujud pada diri seseorang, niscaya ucapan dan perbuatannya benar, adil, dan jauh dari penyelewengan atau manipulasi.

Berdasarkan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan suatu bisnis harus sesuai dengan norma dan aturan Islam untuk memperoleh keberkahan dan ridho Allah SWT. Pembiayaan Griya merupakan salah satu jenis pembiayaan konsumen yang ada di Bank Syariah Mandiri Teluk Betung. Bank Syariah Mandiri tersebut tidak

melanggar norma-norma Islam, dari segi penetapan besarnya tingkat margin yang diberikan kepada nasabah, margin yang ditetapkan oleh pihak bank tidak memberatkan nasabah, sehingga nasabah tidak merasa dibebani dengan margin yang ditetapkan tersebut.

Berdasarkan distribusi jawaban responden berdasarkan variabel persepsi nasabah pada tabel 4.5 jawaban paling dominan adalah setuju pada item 3 yaitu nasabah tertarik untuk mengajukan pembiayaan griya karena pembiayaan griya memiliki kecepatan pencairan dalam proses pengajuan pembiayaan tersebut.



Menurut Islam, Persepsi adalah fungsi psikis yang penting yang menjadi jendela pemahaman bagi peristiwa dan realitas kehidupan yang dihadapi manusia. Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu persepsi memiliki sifat subyektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi adalah bahwa persepsi secara substansil bisa sangat berbeda dengan realitas, apabila persepsi nasabah positif mengenai pembiayaan griya ini maka nasabah mengambil keputusan untuk mengajukan pembiayaan, begitu juga sebaliknya apabila persepsi nasabah negatif mengenai pembiayaan griya ini maka nasabah enggan untuk mengambil keputusan mengajukan pembiayaan tersebut.

Distribusi jawaban responden pada variabel margin yang terdapat dalam tabel 4.6, jawaban paling banyak adalah bawah prospek usaha

nasabah yang sesuai dengan kriteria sangat membantu nasabah untuk mendapatkan pembiayaan griya di Bank Syariah Mandiri Teluk Betung.

Berdasarkan teori bahwa margin yang ada di bank konvensional dalam perhitungan sistem marginnya memakai sistem bunga, berbeda dengan bank syariah dalam perhitungan marginnya memakai sistem bagi hasil. Meskipun dalam akad pembiayaan *murabahah* terdapat penangguhan pembayaran yang sama dengan bank konvensional, tapi ini masih bisa dibedakan. Karena penetapan margin pada akad *murabahah* berdasarkan kesepakatan bersama antara kedua belah pihak. Sedang pada pinjaman konvensional penetapan bunga ditentukan oleh pihak bank di awalnya. Disinilah letak keistimewaan dari pembiayaan dengan prinsip syariah, yaitu dengan mengutamakan sistem kekeluargaan untuk menentukan kesepakatan. Dengan adanya pembiayaan griya ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka akan hal perumahan/tempat tinggal.

Dengan demikian, suatu perusahaan dalam menentukan besarnya margin harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, tidak berbohong, transparan, tolong-menolong dan tidak menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang maksimal. Margin yang ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri telah sesuai dengan ketentuan Islam, karena tidak melanggar norma-norma Islam, margin yang ditetapkan tidak memberatkan nasabah, dan mampu bersaing dengan bank lainya. Sehingga nasabah

tertarik untuk mengajukan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri
Teluk Betung.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis analisis dan pembahasan hasil tentang pengaruh persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi Nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 0,969 dengan signifikansi sebesar 0,339 lebih kecil dari 0,05 ($0,339 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,187
2. Margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,447 dengan signifikansi 0,000 lebih besar dari 0,05 ($0,000 > 0,05$)
3. Berdasarkan uji F (secara simultan) persepsi nasabah, margin berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Teluk Betung Bandar Lampung. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh F hitung sebesar 13.672 lebih besar

dari F tabel 3,252 dengan signifikansi 0,000. Untuk hasil uji determinasi besarnya R^2 adalah 0,425 hal tersebut berarti 42,5% variabel keputusan pengambilan pembiayaan dipengaruhi variabel persepsi nasabah dan margin sedangkan sisanya 57,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti oleh penyusun.

B. Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang pengaruh persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung bandar Lampung yaitu sebagai berikut:

1. Karena persepsi nasabah tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan maka sebaiknya pihak Bank Syariah Mandiri memberikan pemahaman kepada nasabah mengenai konsep pembiayaan griya baik mengenai tata cara pembiayaan maupun prosedur dalam pengajuan pembiayaan. Serta dapat pula dengan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga menjadi daya tarik untuk nasabah dalam mengajukan pembiayaan.
2. Karena margin memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pengambilan pembiayaan, maka sebaiknya tingkat margin harus dipertahankan. Sebab apabila margin yang diberikan oleh pihak bank tidak memberatkan maka akan mendorong nasabah untuk mengajukan pembiayaan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembiayaan. Mengingat dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 faktor saja, yaitu persepsi nasabah dan margin. Penambahan variabel atau indikator baru perlu dilakukan dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Keempat, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- , *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Cetakan Ke-3, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, Yogyakarta: ISES Publishing, 2008.
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana, 2013.
- Burhan Buhsin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Rajawali Pers. 2012..
- Cholid Narbuko, Abu Achmad, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007.
- Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial*, Cetakan Pertama (Yogyakarta:Center for Academic Publishing Service,2013).
- Dedi Rosdi, *Ekonometrika dan Analisis Runtun Waktu Terapan dengan Eviews*, Yogyakarta: ndi Offset, 2012.
- Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Freddy Rangkuti, *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar, *Research Methods In Finance And Banking*, Jakarta: PT Gramedia pustaka Utama, 2012.
- Helmi Haris, *Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syari'ah)*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. I, No. 1, Juli 2007
- Ikbil Hasan, *Analisis data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : Universitas Diponogoro, 2005.
- Jihad, “ *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Murabahah Bank Syariah Di Indonesia*”. Vol. 6 No. 2, 2009.

Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Kencana, 2011.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2006.

-----, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid Satu*, Jakarta : Erlangga, 2008.

Najati, *Psikologi dalam Al-Qur'an terapi Qur'an dalam Penyembuhan Gangguan Kejiwan*, Bandung: Pustaka Setia, 2005.

Nugroho J Setiadi, *Prilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013.

Maharani Vinci, *Manajemen Bisnis Eceran*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009.

Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.

Mohammad Bapundu Tika, *metode penelitian riset bisnis* Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung : Alfabeta, 2012.

Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 2004.

-----, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam :Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta : Rajawali Pers, 2013.

-----, *Tehnik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2004.

Muhammad Hanafi Zuardi, *Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil Di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon*, Tapis Vol. XIII, No. 01 Januari-Juni 2013.

Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori kepraktek*, Jakarta : Gema Insani, 2001.

Ofyar Z. Tamrin, *Perencanaan Pemodelan & Rekayasa Transportasi*, Bandung: ITB, 2008.

Uswatun K, *Kamus Bahasa Lengkap Indonesia*, Cetakan Pertama, Jakarta: Kawah Media, 2014.

S. Margono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000, Cet. 2.

Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek-aspek Hukumnya*, Cetakan pertama, Jakarta: Kencana, 2014.

-----, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafia, 2005.

Slamet Ristanto “*Pembiayaan Pemilikan Rumah (sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syariah)*”, Jurnal Ekonomi Islam, 1 juli 2007.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2010.

-----, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2014.

-----, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta Ilmu, 2002.

Supriyono Maryanto, *Buku Pinter Perbankan*, Yogyakarta, CV.Andi Offset, 2011.

Veithzal Rivai Zainal, Muliaman Darmansyah Hadad, Mansyur Ramly, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Yusuf, A. Muri, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Cetakan pertama, Jakarta: kencana, 2014.

[https:// www.syariahmandiri.co.id /pembiayaan Griya BSM](https://www.syariahmandiri.co.id/pembiayaan/Griya_BSM), 20 April 2017.

<https://www.kompasiana.com/matlexaw/kpr-syariah-adalah>, (25 Agustus 2017)